

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



16+

У 2020
ЧАСТЬ V

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 3 (293) / 2020

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук (Узбекистан)
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)
Кадыров Кутлуг-Бек Бекмуратович, кандидат педагогических наук, декан (Узбекистан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

На обложке изображен *Федор Иванович Дежкин* (персонаж фильма «Белые одежды», которого сыграл актер Валерий Гаркалин), советский ученый-биолог.

«Белые одежды» — многосерийный телевизионный фильм, снятый киностудией «Беларусьфильм» в 1992 году по одноименному роману Владимира Дудинцева. Действие фильма разворачивается в конце 1940-х годов. После окончательной победы академика Лысенко на Августовской сессии ВАСХНИЛ 1948 года в стане ученых-генетиков, селекционеров и агрономов происходит раскол. Большинство из них выбирают более выгодную и безопасную позицию, связанную с так называемой линией партии в биологической науке, что вынуждает их поступаться научной истиной, теряя авторитет ученого. Лишь одиночки встают на трудный и опасный путь отвержения насаждаемой сверху «лысенковщины» и продолжают тайно работать, руководствуясь исключительно здравым смыслом и представлением о том, что есть истина. Каждому ученому придется сделать выбор между честным служением науке и приспособленчеством.

По сюжету в послевоенное время молодой советский ученый биолог Федор Иванович Дежкин прибывает в провинциальный город, где находится сельскохозяйственный институт. По заданию видного московского ученого академика Рядно Дежкин должен навести порядок в институте, выявить группу ученых, занимающихся запрещенными и вредными для социализма методами вроде генетики. Однако Федор Дежкин оказывается честным человеком и настоящим ученым, который не может пойти на подлость даже ради всесоюзного авторитета от науки, обласканного властью. Он тайно поддерживает заведующего лабораторией Ивана Ильича Стригалева, который вывел новый сорт картофеля с выдающимися характеристиками — кон-тумакс. В ходе интриг и подковерной борьбы в институте

сторонники Рядно привлекают к делу правоохранительные органы. Стригалева и некоторые его ученики арестованы. Иван Ильич Стригалева погибает в лагерях. Федор Дежкин отстранен от работы в институте за пропаганду вредных для советской власти методов буржуазной науки. Однако, несмотря ни на что, Федор Иванович взваливает на свои плечи задачу труднейшую и безумно ответственную: довести до конца начатую Стригалевым работу над новым сортом картофеля с совершенно уникальными свойствами, а также уберечь от грязных рук Рядно и этот, и еще один уже выведенный сорт.

Основной мыслью фильма является идея о том, что нужно оставаться человеком, личностью в любой жизненной ситуации, несмотря ни на какие трудности.

Само название фильма имеет несколько смыслов: во-первых, белая одежда (халаты) является повседневной рабочей одеждой сотрудников лабораторий; во-вторых, белые одежды символизируют нравственную чистоту, чистоту помыслов главных героев фильма; в-третьих, белая одежда (саван) ассоциируется со смертью, что подчеркивает трагичность их судеб.

Картина имела все шансы стать киносенсацией, но этого не произошло только лишь потому, что ее прокат (1992 год) пришелся на период, когда волна всеобщих разоблачений уже пошла на спад.

Некоторые эпизоды фильма снимались в помещениях кафедры физиологии растений 6-го учебного корпуса ЛСХИ (Ленинградского сельхозинститута, ныне СПбГАУ), а также в Пушкинских лабораториях ВИР и в других сельскохозяйственных учреждениях, расположенных в г. Пушкине (бывшем Царском Селе).

Екатерина Осянина,
ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Анисимова А. С., Демененко И. А.**
Построение системы обучения как части общей стратегии управления персоналом 315
- Афонасьев А. В., Евдокимов Е. В., Марьянов Д. В., Резухин Н. М., Дворников М. И., Найденов С. В.**
Оценка кредитоспособности предприятия-заемщика 317
- Аширов Т. И., Филиппова И. А.**
Продовольственная проблема как одна из самых главных экономических проблем 319
- Бесхмельницына Д. А.**
Анализ практики применения проектного подхода в сфере культуры муниципального образования 321
- Бойкова А. В., Герасимова Ю. Е.**
Документация системы управления качеством многопрофильной поликлиники, созданная на основе принципов менеджмента качества в соответствии с требованиями стандартов серии ИСО и ГОСТ ИСО 322
- Бойкова А. В., Герасимова Ю. Е.**
Создание в многопрофильной клинике системы менеджмента качества по ISO 9001 324
- Власенко А. И.**
Особенности аудита российской кадровой политики 325
- Воробьева М. А.**
Сущность финансовой безопасности и её место в системе экономической безопасности организации 327
- Гаврилова Д. Д., Бойкова А. В.**
Подходы к совершенствованию системы менеджмента качества на фармацевтическом предприятии 330
- Галимзянов М. Д.**
Классификация и характеристика сложности проектов 332
- Галимзянов М. Д.**
Взаимосвязь между бизнес-моделями и управлением стейкхолдерами 333
- Галямшина Е. А.**
Проблемы и перспективы хранения электронных документов в государственных архивах Свердловской области 335
- Глушко Т. Я.**
Налоговая политика как часть налогового планирования и способ оптимизации налоговых обязательств 338
- Демененко И. А., Анисимова А. С.**
Сущность и этапы применения технологии прелиминаринг 340
- Еременко П. В.**
Повышение эффективности и прозрачности деятельности Контрольно-счетной палаты Администрации ГО «Город Калининград» как мера предотвращения нецелевого использования бюджетных денежных средств 342
- Ермилов С. И., Биглова А. А.**
Кадровый резерв организации 343
- Зыкова Н. В., Резниченко М. С.**
Анализ рентабельности предприятия 347
- Ивачева А. Ю.**
Оценка экономического потенциала ОАО «Завод бурового оборудования» на основе анализа показателей структуры и движения основных средств 348
- Ильина И. А.**
Особенности налогообложения коммерческих банков 350
- Каранда А. В.**
Экологическая политика: понятие, виды, принципы 352

Крикливец А. А. История развития рынка облигаций в России . 354	Ходосова Е. В. Применение ситуационных подходов в образовании 376
Крикливец А. А. Анализ рынка корпоративных облигационных заимствований в России..... 356	Шарапанюк В. В. Особенности регулирования системы оплаты труда. Зарубежный опыт.....377
Крикливец А. А. Проблемы и тенденции развития рынка облигаций в РФ 358	Шеремет М. Н. Современные подходы к управлению деятельностью предприятия 380
Крикливец А. А. Развитие и перспективы рынка «зелёных» облигаций в России 359	Шеуджен А. М. Экономические взгляды Троцкого и их влияние на экономическую мысль 382
Мальцева Т. С. Совершенствование системы депозитов физических и юридических лиц коммерческих банков361	Шинкаренко А. Е. Анализ основных фондов на примере предприятия дорожно-строительной отрасли 385
Немкина А. В., Закарян М. Р., Бурлака К. А., Исаков Д. О. Разработка системы информационно- документационного обеспечения управления организацией. Качественные преимущества и эффективность её применения 364	Ширкина Е. В. Положение современных швейных предприятий в России 388
Павлюк О. А. Современное состояние и тенденции развития газовой отрасли РФ 366	МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR
Перелётова Н. А. Особенности организации планирования на предприятии затрат на создание и освоение новой продукции 369	Макушева О. Н., Гаглоева М. И. Место рекламы в системе массовых коммуникаций 390
Софийчук В. А. Банковские продукты и услуги для физических лиц: основные тенденции.....372	Макушева О. Н., Орлова А. А. Принципы разработки рекламного бюджета....391
Филимонова В. В. Перспективы развития ипотечного кредитования жилищного строительства на примере ПАО ВТБ374	Никишин В. М. Эффективность интернет-рекламы..... 393
	Хамидуллина Г. Р. Способы оценки эффективности управления проектами в маркетинговой сфере397
	Шевкунов К. С., Саванович С. В. Факторы, влияющие на эффективность продвижения товаров торговой организации 399

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Построение системы обучения как части общей стратегии управления персоналом

Анисимова Анастасия Сергеевна, студент магистратуры;

Демененко Инна Арамовна, кандидат социологических наук, старший преподаватель

Белгородский государственный технологический университет имени В. Г. Шухова

В статье авторы пытаются определить основные аспекты построения системы обучения персонала в компании, и ее место в общей стратегии управления персоналом.

Ключевые слова: обучение персоналом, управление персоналом.

Проблема нехватки компетентных сотрудников на рынке труда ставит перед работодателями задачу удерживать, обучать и развивать имеющийся персонал, данная задача подразумевает под собой создание системы обучения сотрудников. Реализация данной задачи влияет на уровень причастности коллектива к достижению общей цели компанией, а также будет способствовать заинтересованности сотрудников в своем месте работы, в связи с возможностью повышать свои профессиональные навыки, становиться более компетентным специалистом. Работодателю необходимо выстроить систему обучения таким образом, чтобы работа стала цен-

тральным местом для реализации личного развития и роста каждого сотрудника.

Система обучения персонала подразумевает под собой совокупность взаимосвязанных элементов, работающих на достижение определенных целей компании, включающая в себя как профессиональную подготовку на рабочем месте, так и прохождение подготовки с отрывом от работы.

Система обучения персонала — это долгосрочное направление обучения, ведущегося в организации, нацеленное на достижение конкурентного преимущества, реализацию ожиданий всех вовлеченных в обучение сторон и организационное развитие. [2, с. 114]

Таблица 1. Цели принципы и результаты обучения персонала в компании

№	Цели обучения	Принципы обучения	Результаты обучения
1	Получение сотрудниками новых знаний и навыков, необходимых для работы по своей специальности	Своевременная обратная связь об эффективности обучения	Рост производительности труда
2	Поддержание профессионального уровня сотрудников компании	Постоянный и систематический характер обучения	Ускорение адаптации новых сотрудников и достижения ими необходимого уровня эффективности
3	Подготовка к переаттестации и к дальнейшему карьерному росту специалистов компании	Учет исходного уровня знаний обучающихся	Обучение персонала с минимальным отрывом от основной работы
4	Ознакомление сотрудников с нормативными регуляторами и стандартами работы компании, стратегией развития, технологией деятельности	Формирование и поддержание высокой мотивации к обучению	Выявление и сохранение знаний сотрудников, в том числе и покидающих компанию, систематизация этих знаний и эффективное их использование;
5	Создание эмоционально-чувственного позитивного отношения к работе	Востребованность результатов обучения	Более легкое внедрение организационных изменений, уменьшение сопротивления изменениям;
6	Формирование чувства причастности к компании, и достижению ее целей	Практическая отработка полученных знаний и навыков	Укрепление лояльности сотрудников и потребителей, рост вовлеченности
7	Мотивация сотрудников к саморазвитию и дальнейшей работе	Заинтересованность работника в обучении	Обеспечение преемственности сотрудников на важных должностях, внутренний рекрутинг

Функционирующая система обучения персоналом дает компании большое количество положительных стимулов и результатов, но тем не менее, работодатель несет определенные расходы при внедрении и реализации системы обучения персонала. Например, к прямым расходам на обучение можно отнести расходы на оплату преподавателя, на учебные материалы, на аренду помещений, транспортировку сотрудников/преподавателей до места обучения, организацию кофе-брейков, оснащение канцелярией и проч. К косвенным расходам можно отнести расходы, связанные с освобождением сотрудников от их функциональных обя-

занностей на время проведения обучения (оплата суточных, командировочных, дополнительные выплаты сотрудникам, замещающим обучающихся). Наличие такого числа расходов стимулирует работодателя к разработке и развитию формализованной и структурированной системы обучения, которая принесет свою окупаемость в виде достижения результатов обучения указанных в таблице 1. Построение системы обучения персонала необходимо именно для того, чтобы привести компанию к достижению конкретных целей, обучение должно быть организовано совершенно определенным, соответствующим этим целям, образом. [1, с. 38]

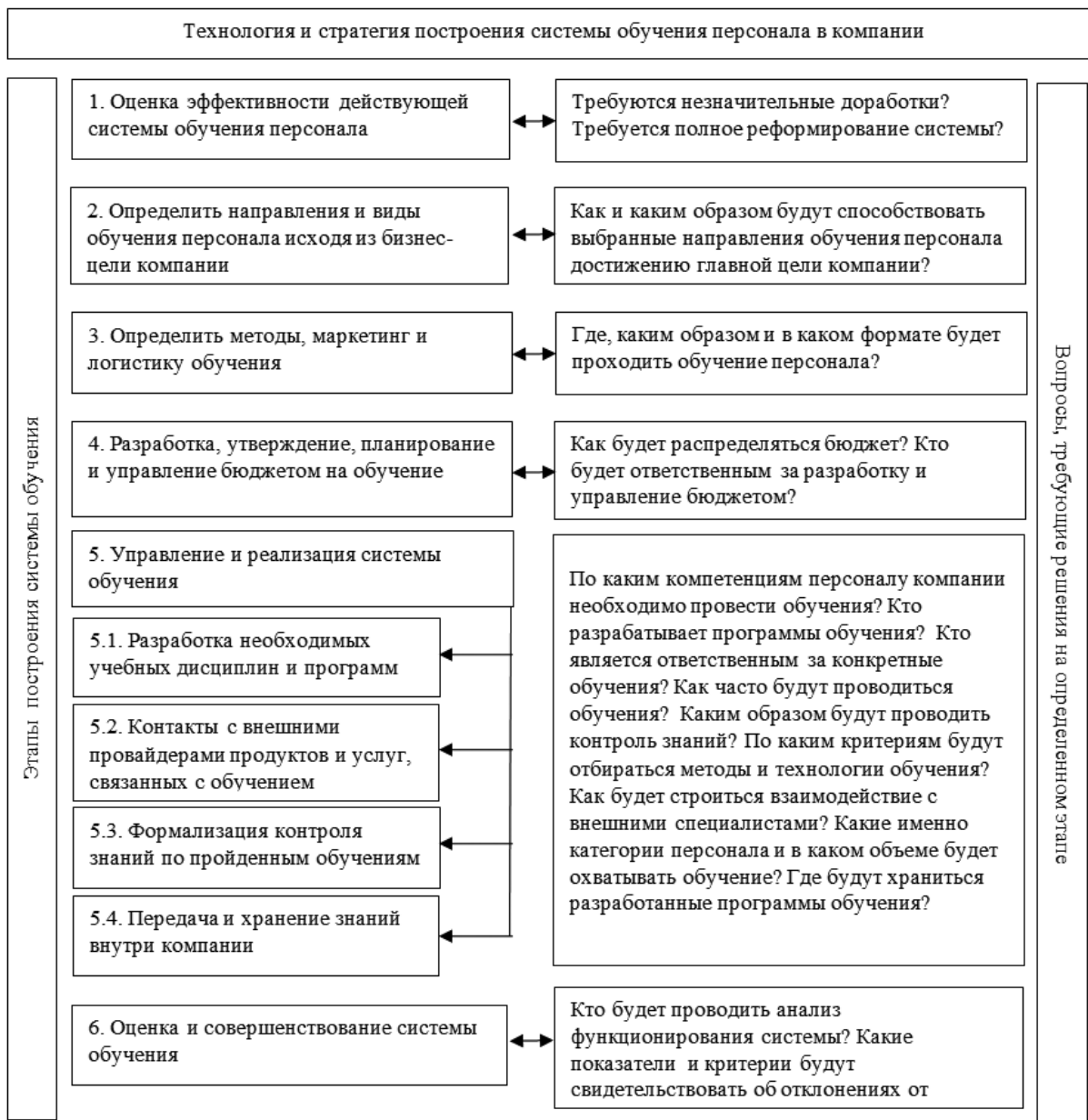


Рис. 1. Технология и стратегия построения системы обучения персонала в компании

Создание стратегии обучения — многоэтапный последовательный процесс. Начинаться он всегда должен с комплексного анализа: бизнес-цели организации и зависимость их достижения от подготовленности персонала.

Ответы на поставленные вопросы перед этапами создания системы обучения, составят общую картину и помогут выстроить всю стратегию обучения персонала. Но все же, самым главным при построении системы обучения является

соответствие ее результата с имеющимися бизнес-целями компании. Необходимо, чтобы система обучения персонала ни в коем случае не вступала в противоречие с прочими функциональными стратегиями, реализуемыми в компании.

Проблема формирования и управления системы обучения персонала является очень актуальной для многих компаний, это обусловлено тем, что вложения в профессиональные знания и умения сотрудников являются прямыми инвестициями в развитие самой компании. При разработке

системы обучения персонала важно учитывать потребности всех сторон данного процесса: компания должна интенсивнее реализовывать свои стратегические цели, сотрудники — повышать свои профессиональные компетенции, эксперты — возможность делиться своими знаниями и получать признание. Система обучения персонала — наиболее гибкий и адаптивный ресурс управления персоналом компании, обеспечивающий сохранение и прирост компетентных специалистов.

Литература:

1. Дедул В. А. Обучение и развитие персонала: актуальные тенденции / В. А. Дедул // Автоматизация и управление в технических системах / Аграрный вестник Урала. — № 2. 2017. — 76 с.
2. Мелихов, Ю. Е. Управление персоналом: портфель надежных технологий: Учебно-практическое пособие / [Текст] Ю. Е. Мелихов, П. А. Малуев. — М.: Дашков и К, 2015. — 344 с.

Оценка кредитоспособности предприятия-заемщика

Афонасьев Андрей Вячеславович, аспирант;

Евдокимов Евгений Витальевич, аспирант;

Марьянов Дмитрий Вадимович, аспирант;

Резухин Николай Михайлович, аспирант;

Дворников Михаил Игоревич, аспирант;

Найденов Сергей Владимирович, аспирант

Московский финансово-юридический университет МФЮА

Для оценки и анализа кредитоспособности заемщика — Организации применяется большое количество характеристик, которые необходимо качественно оценить. Состав исходных данных может изменяться относительно определенной модели, которая, в свою очередь, имеет зависимость от уровня сложности (и точности), которую себе задает (и может позволить) кредитная организация.

Кредитное учреждение обязана ежеквартально проводить оценку показателей кредитоспособности. Постоянный контроль и анализ динамики значений кредитоспособности и финансового состояния заемщика стимулирует контрагента на рост показателей деятельности. При оценке кредитоспособности заемщика кредитной организации необходимо анализировать некоторый утвержденный список показателей финансово-хозяйственной деятельности, к примеру сумма и динамика продаж, сумма прибыли и убытка; коэффициенты рентабельности; показатели ликвидности; коэффициенты покрытия на процентные выплаты; кредиторскую и дебиторскую задолженность; и прочие показатели, по которым можно оценить функционирование предприятия.

Кредитным учреждениям необходимо анализировать и показатели, оценка которых может зависеть от субъективной оценки эксперта: деловая репутация; конкурентная позиция на рынке и доля рынка организации; взаимо-

действие с государственными органами; кредитная история. Следует отметить, что Федеральный закон «О кредитных историях» [1] предписывает банку как источнику формирования кредитной истории «заключить договор хотя бы с одним бюро кредитных историй (БКИ), включенным в Государственный реестр».

Сегодня в Российской Федерации действует свыше 30 бюро кредитных историй. Но, следует отметить, что около 90 % всей информации содержится в трех крупнейших БКИ.

В настоящее время все крупнейшие розничные банки заключили договоры и достаточно активно работают зачастую с тремя ведущими бюро. При этом большая часть накопленных кредитных историй в России принадлежит гражданам — физическим лицам, объем (количество) накопленных кредитных историй по организациям — юридическим лицам невелик.

Вынесение решения о готовности процедуры кредитования возможно только после приобретения информации о кредитной истории заемщика из БКИ. Причиной отказа в выдаче кредита может быть как отрицательная кредитная история заемщика — организации, так и его закредитованность.

Проводя оценку кредитной истории, можно с достоверной вероятностью осуществить прогноз того, как заемщик сможет отвечать по кредитным обязательствам.

Кредитная история достаточно эффективна для возможности сокращения риска.

Методики оценки кредитоспособности можно разделить на следующие группы:

1. Методики на основе коэффициентов: ликвидности; оборачиваемости; рентабельности; финансовой устойчивости; долговой нагрузки и пр. Данные методики позволяют оперативно получить результаты оценки кредитоспособности клиента на основе определенного состава показателей. Методики могут применяться в сочетании с другими методами, например, прогнозными. Однако они показывают финансовое состояние заемщика — организации на основе показателей официальной отчетности, исключая при этом качественные показатели деятельности, что делает невозможным построение достоверного прогноза без дополнительных данных.

2. Методики, основанные на статистической оценке, заключаются в унификации подхода, позволяющего оценить кредитоспособность заемщика — организации на основе количественных параметров, которые дают возможность поделить заемщиков — организаций на сегменты проблемных и надежных.

Заключительное значение коэффициента кредитоспособности определяется уравнением, где финансовые показатели есть переменные: коэффициенты ликвидности, оборачиваемости и пр. Данные методики также позволяют оперативно получить значение показателя кредитоспособности на основе некоторого унифицированного списка показателей (как правило определяется автоматизированными методами).

Окончательные показатели могут быть использованы для экспертной оценки и служить исходным пунктом для более глубокого анализа.

3. Методики на основе анализа денежных потоков. В рамках данных методик учитываются значения, показывающие финансовую устойчивость, доходность, покрытие обязательств и другие. Огромному вниманию подвержено генерирование потоков по операционной деятельности. Методику характеризует реальная достоверность оценки кредитоспособности, потому что финансовые потоки дают возможность организации покрывать свои расходы и погашать задолженность финансовыми потоками.

При этом методика не лишена недостатков: высокий уровень трудовых затрат на формирование моделей и перспектив движения средств; сложность определения причин избытка или недостатка денежного потока без дополнительной информации и прочие.

4. Методики на основе оценки деловой активности. Оценка деловой активности и ее рисков основана на анализе размеров товарооборота, чистой прибыли, продолжительности оборачиваемости активов и других значений.

По мнению Т. В. Загородной «контроль деловой активности помогает своевременно выявлять проблемы и принимать меры по минимизации рисков банка при проявлении спада в деятельности клиента, который может привести

к затруднениям при погашении ссудной задолженности. Метод позволяет дополнить другие способы анализа кредитоспособности. При этом существует проблема доступа к информации, характеризующей внутреннюю деятельность и деловую активность».

5. Методики прогнозной оценки. Как считает Т. В. Загородная «для оценки кредитоспособности организации на будущие периоды используют приемы: индекс кредитоспособности; система количественных и качественных показателей; прогноз показателей кредитоспособности. В совокупности с данными бухгалтерской отчетности используется информация о внешних и внутренних факторах деятельности организации (кредитная история, характер взаимоотношений с покупателями и контрагентами, рынок сбыта, ситуация в отрасли и пр.). Такие модели популярны в странах с большой историей оценки кредитоспособности».

6. Комплексные методики. В целях проведения анализа применяют показатели: индекс кредитоспособности; система качественных и количественных показателей; прогнозные значения кредитоспособности. Методика включают в себя преимущества всех методов. Однако их отличает высокая трудоемкость процесса и большой объем анализируемой информации.

7. Методики международных рейтинговых агентств проводят оценку следующих показателей: оценка риска бизнес-профиля заемщика — организации; оценка риска финансового профиля заемщика — организации.

По мнению Т. В. Загородной, преимуществами данной методики являются:

- « — независимость: кредитный рейтинг представляет собой независимое мнение рейтинговой компании по поводу кредитоспособности организации;
- публичность анализируемых критериев; — коллегиальность принятия решения;
- интерактивность взаимодействия с заемщиком в процессе присвоения кредитного рейтинга и последующего наблюдения за ним;
- конфиденциальность информации переданной аналитикам;
- использование рейтинговых шкал;
- постоянные исследования вероятности дефолта и совершенствование методологии оценки кредитоспособности на широкой статистической выборке» [2].

Среди недостатков можно выделить: высокую трудоемкость процесса и большой объем анализируемой информации; вероятность опозданий в плане оценки рейтинга, так как существует необходимость анализа большого объема информации; возможный риск предоставления фиктивных документов в связи с публичностью критериев.

8. Методики российских рейтинговых агентств. Согласно данным методикам подвергается анализу следующий перечень показателей:

- оценка рисков бизнеса;
- оценка взаимоотношений с партнерами;
- оценка рисков финансирования;

- оценка корпоративных рисков организации.
- Среди преимуществ метод следует выделить:
- применение стресс-факторов для оценки восприимчивости организации к внутренним и внешним воздействиям;
 - подстройка под российские условия и особенностям функционирования бизнеса;
 - доступность показателей;
 - большой объем оцениваемых данных [3].

Недостатками данных методов являются большой объем анализируемой информации, существенные временные трудозатраты, а также необходимость высокой квалификации аналитиков.

9. Методики российских банков. Как правило применяется состав коэффициентов, который меняется относительно специфики кредитования и прочих факторов. Методики могут применяться в сочетании с другими методами, например, прогнозными. Они демонстрируют финансовое состояние заемщика-организации с помощью данных официальной отчетности исключая влияние качественных показателей деятельности, в связи с чем невозможно построить достоверный прогноз без дополнительных данных.

10. Методики российских предприятий выделяются тем, что зачастую предприятия отождествляют кредитоспособность и платежеспособность. По мнению А. И. Швидкий,

указанные методики дают возможность быстро приобрести показатели уровня кредитоспособности заемщика — организации на основании некоторого перечня показателей [4].

В качестве источника финансовой информации может быть выбрана бухгалтерская, аудированная или управленческая отчетность. Также при необходимости возможно комбинированное использование данных видов отчетности.

Подводя итог изложенному, можно сделать следующие выводы.

Понятие кредитного риска можно определить как показатель возможных потерь не только предоставленного кредита, но и прочих финансовых активов заемщика — организации.

Кредитоспособность заемщика является его комплексной характеристикой, содержащей финансовые и нефинансовые показатели.

В зарубежной и отечественной банковской практике под кредитоспособностью ссудозаемщика понимается его способность погасить долговые обязательства перед банком по ссуде, процентам по ней в полном объеме и в срок, предусмотренный договором. В настоящее время существует большое разнообразие моделей оценки кредитоспособности. Отечественные ученые также на основе разных методик создают модели оценки кредитоспособности предприятий разных отраслей.

Литература:

1. О кредитных историях: Федеральный закон от 30 декабря 2004 г. № 218-ФЗ. // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2005. — № 1 (часть 1). — Ст. 44.
2. Завгородняя Т. В. Обеспечение возвратности банковских ссуд: монография. — Иркутск: Мегалит, 2016.
3. Афанасьева О. Н. Оценка кредитоспособности заемщика на основе анализа денежного потока // Банковское дело. — 2014. — № 2. — С. 51–55.
4. Швидкий А. И., Мирошниченко А. А. Методы оценки кредитоспособности корпоративных клиентов коммерческого банка: российский и зарубежный опыт // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2016. — № 7–4. — С. 667–672.

Продовольственная проблема как одна из самых главных экономических проблем

Аширов Тимур Ильдусович, студент;

Филиппова Ирина Александровна, кандидат экономических наук, доцент

Ульяновский государственный технический университет

Глобальная продовольственная проблема заключается в нехватке продовольствия для населения Земли. Это проявляется главным образом в самых бедных странах третьего мира и в настоящее время ухудшается по мере роста их населения. Общее количество людей, страдающих от нехватки пищи, составляет более одного миллиарда человек во всем мире. Дело в том, что рост населения опережает сельскохозяйственное производство и разви-

тие сельскохозяйственных технологий. Однако, по некоторым оценкам, даже существующий уровень методов аграрного и скотоводства позволит нам прокормить более десяти миллиардов человек, при условии, что эти методы рационально используют имеющиеся ресурсы, и существует справедливая система распределения готовой продукции. Чего добиться в эпоху рыночных отношений до безумия сложно, поэтому решение данной проблемы, почему

то, ставят на второстепенный план, будто этой проблемы нет, да и вообще это все неправда.

По данным ВОЗ (Всемирная организация здравоохранения) и ФАО (Продовольственная и сельскохозяйственная организация), суточная норма для человека должна составлять 2400–2500 килокалорий, в то время как другие оценки дают более высокий показатель: 2700–2800 ккал. Недоедание проявляется, когда человек потребляет менее 1800 килокалорий, а голод наступает, когда его дневная норма падает ниже критической отметки в 1000 килокалорий в день.

Нехватка продуктов питания и их плохое качество оказывают негативное влияние на здоровье людей, качество рабочей силы и производительность, то есть препятствуют экономическому росту. Это также вызывает социальную и политическую напряженность и конфликты как в регионах, страдающих от продовольственных проблем, так и в глобальном мире.

Глобальная продовольственная проблема имеет следующие противоречия:

— Производство продуктов питания с точки зрения производства, качества и эффективности неравномерно распределено по регионам мира;

— В целом, с точки зрения масштаба, производство продуктов питания во всем мире формально соответствует современным требованиям мира;

— Производство продуктов питания отсутствует в местах, где дефицит продуктов питания ощущается больше всего;

— В мире нет недостатка в землях, теоретически пригодных для производства продуктов питания, чтобы прокормить даже от 14 до 33 миллиардов человек; в то же время плодородная почва разрушается на обрабатываемых землях и в промышленных зонах;

— Более 1 миллиарда человек страдают от голода и недоедания во всем мире, а около 1,6 миллиарда человек — от переизбытка и ожирения. Так же около 6-ти миллионов детей ежегодно умирают от голода. И это только дети.

Многолетний опыт ООН, Красного Креста и других международных благотворительных учреждений, а также значительная продовольственная помощь не решают продовольственные проблемы бедных стран, потому что они обращаются скорее к симптомам, чем к причине. Специальные продовольственные и благотворительные программы, какими бы многочисленными они ни были, носят разовый характер. Неверно также полагаться на ресурсы промышленно развитых стран. Мы должны: устранить фак-

торы научно-технической и индустриально-экономической отсталости самых бедных стран; искоренить варварски несправедливую систему распределения выгод; и стимулировать отказ от архаичных форм сельского хозяйства в пользу научно обоснованных и технологически современных методов. Но самым правильным решением это донести до всех развитых стран, что если затягивать с решением продовольственного вопроса в развивающихся странах не стоит, поскольку, в долгосрочной перспективе это может коснуться и их самих. Решить эту проблему, как и любые другие, можно только и только сообща.

Если выделить конкретные (возможные) пути к решению данной проблемы, то можно сказать следующее:

Как и было сказано выше — грамотное использование посевных площадей. В некоторых странах (например, Россия) как раз стоит вопрос с рациональным использованием своих площадей. На практике мы наблюдаем следующее: меньшая часть заселена людьми, а остальная просто ждет своего часа, когда же он ней вспомнят. Далее, под грамотным использованием посевных площадей понимается не только использованием как можно больше пространства, но и качественно — применение технологий. Именно технологии прекрасно дополняют большие просторы и было бы прекрасно и в отсталые страны с огромным количеством площадей внедрить что-то новое, а не копать грядки палками и удобрять неизвестно чем.

Следующим решением является пересмотреть экономическое влияние развитых стран на менее развитые. Проще говоря — рациональное использование своих ресурсов не только на нужды своей страны, но и на нужды других, менее обремененных данными средствами. Вот вроде на первый взгляд решение звучит просто, нужно всего лишь вложить доступные ресурсы куда надо и тогда всем будет хорошо. Но, к сожалению, на практике все ударяется об современные рамки. На это все нужны деньги. Правители просто на это не пойдут. Якобы это невыгодно, хотя тем самым они дают проставать бесценной рабочей силы, заметим, что таковой является более половины из ныне существующих людей. Если просто от голода страдают около 1-го миллиарда, то недалеко ушли и несколько сотен миллионов, а от них тоже несколько сотен. Вот у нас и получается, что по факту от продовольственной проблемы страдают не 1 миллиард, а гораздо больше.

Было бы неправильно подходить к продовольственной проблеме без учета других глобальных проблем: политических, экономических, энергетических, экологических, социальных и демографических.

Литература:

1. Гойчук О.И. Продовольственная безопасность. Житомир: Полесье, 2004. — С. 348.
2. Продовольственная проблема в современном мире. / Под ред. В. А. Мартынова и В. А. Морозова. — М.: Наука, 1983.

Анализ практики применения проектного подхода в сфере культуры муниципального образования

Бехмельницына Дарья Андреевна, студент магистратуры
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В представленной статье автор делает попытку проанализировать практику применения проектного подхода в сфере культуры муниципального образования, и выявить недостатки применения данного подхода и пути решения, возникающих в связи этим проблем.

Ключевые слова: проектный подход, проект, сфера культуры, муниципальное образование.

В настоящее время проектное управление является одним из ключевых инструментов эффективного управления в органах местного самоуправления по всем направлениям деятельности, в том числе в сфере культуры.

Управление сферой культуры может осуществляться на основе применения различных подходов: системного, синергетического, проектного, программно-целевого [1, с. 43]. Участие государства в развитии сферы культуры выражается в прямых и косвенных методах регулирования, производстве культурных услуг учреждениями государственного сектора, различных льготах и дотациях.

В настоящее время, особое значение Министерство культуры Российской Федерации придает развитию культуры в муниципальных образованиях, формированию, реализации муниципальной культурной политики, направляя ее на сохранение и оптимизацию сети учреждений культуры, улучшения взаимодействия с местными органами культуры, сохранение традиционной культуры и развитие любительского искусства, развитие культурного потенциала различных регионов России [2].

Приоритетными задачами муниципальной политики в сфере культуры являются:

- государственная поддержка развития культуры муниципалитетов России, реализация муниципальных стратегий культурного развития;
- сохранение и оптимизация базовой сети учреждений культуры; улучшение взаимодействия с муниципальными органами культуры;
- поддержка развития любительского искусства и традиционной культуры;
- содействие сохранению и развитию культурной инфраструктуры в сельской местности и малых городах [3].

Более подробно рассмотрим организацию деятельности сферы культуры в одном из муниципальных образований Белгородской области, в частности в Старооскольском городском округе.

Субъектом управления сферой культуры в округе является управление культуры администрации Старооскольского городского округа, которое реализует исполнительно-распорядительные функции.

В муниципальном образовании реализуется ряд программ отрасли культуры:

- Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013–2020 годы», утвер-

жденная постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 № 317;

- Государственная программа Белгородской области «Развитие культуры и искусства Белгородской области на 2014–2020 годы», утвержденная постановлением Правительства Белгородской области от 16.12.2013 № 526-пп;

- Муниципальная программа «Развитие культуры и искусства Старооскольского городского округа на 2015–2020 годы», утвержденная постановлением главы администрации от 30.10.2014 № 3676.

Анализ проектной деятельности управления культуры администрации Старооскольского городского округа показал, что в 2016 г. в округе реализовывалось 13 проектов, при этом 8 из них были муниципальными, а 5 проектов являлись региональными. В 2017 г. округ реализовывал 11 муниципальных проектов, а работа с региональными проектами к тому времени была уже завершена. В 2018 г. в Старооскольском городском округе было реализовано 19 муниципальных проектов [4]. Стоит отметить, что на начало года в портфеле проектов было указано 13 реализуемых и готовых к реализации проектов, и 6 проектов запланированных, а к началу 2019 г. мы видим, что все проекты получили поддержку и успешно реализуются.

Благодаря реализованным проектам в 2018 году количество культурно-досуговых мероприятий в округе увеличилось на 5,5 % относительно 2017 г. и на 14 % относительно 2016 г. (общее количество мероприятий в 2018 г. — 13433, в 2017 г. — 12727, в 2016 г. — 11726) [4].

Активная проектная деятельность в сфере культуры позволила увеличить количество посетителей культурных мероприятий округа всего за один год почти в два раза. Все проводимые мероприятия получили освещение в средствах массовой информации, а также для их проведения специалистами была оказана методическая помощь.

Большое значение в функционировании социокультурного кластера имеет социальное партнерство всех субъектов, расположенных на территории муниципального образования. От того, насколько многофункционально их объединение, эффективно развиваются между ними различного рода взаимодействия, зависит формирование у населения бережного отношения к истории и культуре родного края, его традициям, приобщение детей и молодежи к истокам народной культуры, сохранение преемственности поколений. Участники социально-культурного кластера еже-

годно заключают многосторонние соглашения о совместной деятельности и разрабатывают планы мероприятий.

Анализ показал, что основная масса проектов направлена на развитие сферы культуры в г. Старый Оскол и в меньшей степени на сельские территории. А также отсутствуют модельные проекты, разработанные управлением культуры Старооскольского городского округа для развития сферы культуры на территории сельских поселений.

В культурной политике муниципального образования сохранилась направленность на достижение многообразия и повышения качества оказания культурных услуг населению, повышение их социальной значимости, сохранение и развитие единого культурного пространства на всей территории округа. Для достижения основных показателей в данной сфере необходимо соответствующее финансовое обеспечение.

В настоящее время, финансовое обеспечение осуществляется по нескольким направлениям, но тем не менее существует нехватка средств для устранения следующих проблем: высокий уровень физического износа зданий учреждений культуры, требует капитального ремонта, а также требуются новые помещения для хранения музейного фонда и размещения новых экспозиций; недостаточное комплектование фондов библиотек округа требует приобретения до-

полнительных комплектов литературы; высокий износ музыкальной аппаратуры требует обновления музыкального оборудования. Следовательно, при формировании бюджета муниципального образования необходимо заложить средства для устранения вышеуказанных проблем. Самый оптимальный способ устранения вышеуказанных проблем является разработка проекта, финансовая поддержка которого позволит устранить выявленные проблемы.

Многие работники сферы культуры считают, что проекты требуют больших затрат сил и средств, а также являются модным увлечением, которое носит в большей степени имитационный характер. Возможно такое мнение складывается из-за отсутствия четкого механизма применения проектного подхода, и «удаленность» проектов от реально существующих проблем в сфере культуры муниципального образования.

Таким образом, анализ практики применения проектного подхода в сфере культуры показал, что проектная деятельность в муниципальном образовании представлена достаточно разнообразно и проекты затрагивают практически все направления данной сферы. Но тем не менее требуется совершенствование механизма применения проектного подхода в сфере культуры и разработка соответствующих нормативных и методических документов.

Литература:

1. Кудрина Е. Л., Юдина А. И., Мухамедиева С. А. Социально-культурные технологии туристской деятельности: проектный подход // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. — 2015. — № 31. — С. 43.
2. Положение о Минкультуры России: постановление Правительства РФ от 20.07.2011 № 590 (в ред. от 30.11.2018). — Режим доступа: <https://www.mkrf.ru/about/authority/> (дата обращения: 12.11.2019).
3. Наточий В. В. Реализация культурной политики на муниципальном уровне: проблемы и перспективы // АНИ: экономика и управление. — 2017. — № 3 (20). — С. 400–403.
4. Отчет о деятельности управления культуры администрации Старооскольского городского округа за 2018 г. — Режим доступа: <http://oskol-kultura31.ru/otchety-o-deyatelnosti/> (дата обращения: 15.12.2019).

Документация системы управления качеством многопрофильной поликлиники, созданная на основе принципов менеджмента качества в соответствии с требованиями стандартов серии ИСО и ГОСТ ИСО

Бойкова Анна Викторовна, доктор экономических наук, профессор;

Герасимова Юлия Евгеньевна, студент магистратуры

Тверской государственной технической университет

Ведущими целями систем менеджмента качества в учреждениях здравоохранения можно считать повышение качества оказываемой медицинской помощи, рост показателей эффективности деятельности сотрудников медицинского учреждения и повышения уровня удовлетворенности пациентов. Согласно действующим положениям стандартов системы ISO, система качества должна быть тщательно задокументирована. Документирование предполагает, что система будет «видимой» не только разработчикам, но и проверяющим и непосредственным пользователям. Статья содержит пояснения относительно самого процесса документирования системы управления качеством, там и определяют состав необходимых документов по внедрению стандартов ISO.

Ключевые слова: система менеджмента качества, качество медицинской помощи, стандарты качества, пакет документов, стандартизация.

The leading goals of quality management systems in healthcare institutions can be considered to improve the quality of medical care, increase performance indicators of employees of the medical institution and increase patient satisfaction. In accordance with the current provisions of the ISO system standards, the quality system must be carefully documented. Documentation assumes that the system will be “visible” not only to developers, but also to reviewers and direct users. The article contains explanations regarding the process of documenting the quality management system, there they will determine the composition of the necessary documents for the implementation of ISO standards.

Keywords: quality management system, quality of medical care, quality standards, package of documents, standardization.

В системе менеджмента качества медицинского учреждения документооборот является системообразующей частью. Результативность действий медицинского учреждения во многом определяется наличием документов, позволяющих адекватно описывать процессы, а также пакет документов, в котором находит отражение оценка медицинского учреждения с позиции менеджмента качества.

Основные требования, предъявляемые в системах менеджмента качества отрасли здравоохранения, определяются необходимостью передачи целей на нижние уровни управления медицинским учреждением, определении проблем, согласованности действий и предоставления существенных доказательств полученных результатов.

Необходимость документации проявляется в нескольких существенных элементах системы менеджмента качества, таких как:

- достижение высокого качества оказываемой медицинской помощи;
- обеспечение повторяемости процессов;
- оценка эффективности и результативности системы менеджмента качества медицинского учреждения;
- аудит сторонней организацией.

Каждое медицинское учреждение устанавливает свой объем требуемой документации. Это может зависеть от таких факторов, как: размер и профиль медицинского учреждения, риск оказания некачественной медицинской помощи, компетентности персонала, степени демонстрации соответствия требованиям системы менеджмента качества.

При наличии уже документированной системы качества, то система ISO не требует ее демонтажа, а лишь небольшой доработки и адаптации. Основным требованием ISO 9001 является ведение непрерывного документооборота, в противном случае, качество самой системы не будет соответствовать требованиям стандарта.

Иерархию документации системы менеджмента качества медицинского учреждения можно представить следующими уровнями:

Базовый уровень: Законы и Постановления РФ, распоряжения вышестоящих организаций (Постановление Госстандарта России от 15.08.2001 № 332-ст., № 333-ст., № 334-ст. российские национальные стандарты)

4 уровень: внутренние и внешние нормативные и технические документы. Оперативные отчетные данные по качеству предоставления медицинской помощи.

3 уровень: Положения о структурных подразделениях, должностные и рабочие инструкции.

2 уровень: документированные процедуры управления на уровне медицинской организации.

1 уровень: руководство по качеству многопрофильной клиники; Политика руководства клиники в области управления качеством.

Основными требованиями, предъявляемыми к документации систем менеджмента качества многопрофильной клиники, являются: системность, функциональная полнота, адресность, простота и актуальность.

Нормативной базой для создания системы менеджмента качества служат международные стандарты серии ISO 9001:2000 (ГОСТ Р ИСО 9000—2001 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь»; ГОСТ Р ИСО 9001—2001 «Системы менеджмента качества. Требования»; ГОСТ Р ИСО 9004—2001 «Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности»). Документированная система менеджмента качества — модель, описывающая систему всестороннего управления многопрофильной медицинской клиникой на основе критериев качества, сформулированных в вышеуказанных стандартах.

Разработка и внедрение системы менеджмента качества осуществляется для достижения целей, сформулированных руководством медицинского учреждения в Политике в области качества.

При разработке документов системы менеджмента качества учитываются требования общих и специальных регламентов к качеству оказываемой медицинской помощи и прочих услуг медицинского характера.

При внедрении системы менеджмента качества необходимо иметь в виду, что период жизни любого документа, разрабатываемый в медицинском учреждении не будет зависеть от формы собственности и организационной структуры, от численности и компетентности персонала, а будет зависеть только от требований международных стандартов качества.

На основании полученных данных можно сделать вывод, что управление документооборотом медицинского

учреждения подразумевает постанову целей разработки документов, установление порядка действий по управлению документацией и распределение ответственности

при формировании системы, а также аудит результатов на предмет соответствия требованиям внедряемых стандартов качества ISO.

Литература:

1. Система менеджмента качества медицинских учреждений [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://medvisnik.com.ua/2009/05/23/sistema-menedzhmenta-kachestvamedicinskikh.html>. — Загл. с экрана. — Яз. рус., англ.
2. Glenn Laffel, David Blumenthal The Case for Using Industrial Quality Management Science in Health Care Organizations JAMA. 1989; 262 (20):2869–2873. doi:10.1001/jama.1989.03430200113036.
3. Forsetlund, L. Continuing education meetings and workshops: effects on professional practice and health care outcomes / L. Forsetlund, A. Bjorndal, A. Rashidian //Cochrane Database Syst. Rev. — 2009. — vol.2.

Создание в многопрофильной клинике системы менеджмента качества по ISO 9001

Бойкова Анна Викторовна, доктор экономических наук, профессор;

Герасимова Юлия Евгеньевна, студент магистратуры

Тверской государственный технический университет

Большинство европейских многопрофильных клиник имеют достаточно успешный опыт построения эффективной системы менеджмента качества. Однако, в российской медицине практически отсутствует опыт организации услуг на основе стандартов ISO. Внедрение системы менеджмента качества в работу медицинской организации является необходимым стратегическим решением, которое способно улучшить результаты деятельности и обеспечить прочную основу для инициатив работников, ориентированных на устойчивое развитие организации, а также повысить уровень удовлетворенности пациентов качеством предоставляемых услуг. В статье рассматриваются целесообразность и необходимость внедрения современных стандартов качества в систему управления многопрофильной клиникой.

Ключевые слова: менеджмент качества, модель, многопрофильная клиника, системы управления качеством, стандарты качества.

Most European multidisciplinary clinics have quite successful experience in building an effective quality management system. However, in Russian medicine there is practically no experience in organizing services based on ISO standards. The introduction of a quality management system in the work of a medical organization is a necessary strategic decision that can improve performance and provide a solid foundation for employee initiatives focused on the sustainable development of the organization, as well as increase patient satisfaction with the quality of services provided. The article discusses the feasibility and necessity of introducing modern quality standards into the management system of a multidisciplinary clinic.

Keywords: quality management, model, multidisciplinary clinic, quality management systems, quality standards.

В настоящее время российское здравоохранение выходит на новый уровень, позволяющий выстроить стройную систему вертикали власти, которая будет направлена на повышение доступности и качества медицинской помощи населению. На сегодняшний день в стране формируется целая система медицинских организаций, вовлеченных в процесс разработки и внедрения системы менеджмента качества.

Существующая система здравоохранения РФ характеризуется наличием определенного рода проблем, которые не позволяют ей достичь качественных результатов при оказании медицинской помощи населению: нерациональное использование высокотехнологического оборудования, неэффективное использование трудовых и материальных

ресурсов, отсутствие системности в процессе управления качеством оказания медицинской помощи и малоэффективный внутренний контроль качества оказываемой медицинской помощи. Указанные факторы способствуют росту врачебных ошибок и неэффективному расходованию бюджетных ассигнований, выделяемых на развитие здравоохранения. Поэтому, задача построения эффективной модели управления, рационального использования ресурсов медицинской организацией и повышения качества медицинской помощи, в настоящее время является весьма актуальной.

Исходя из вышеперечисленных проблем, в медицинских многопрофильных учреждениях различных форм собствен-

ности и ведомственной принадлежности этому вопросу уделяется достаточно большое внимание.

Согласно государственной программе России по развитию здравоохранения к 2020 году число медицинских учреждений, где внедрены системы менеджмента качества (СМК), должно достигать порядка 90–95 %.

СМК представляет собой комплекс методик, ресурсов и процессов, направленных на эффективное осуществление руководством качеством. Система менеджмента качества формализована в стандартах, разработанных под управлением международной организации ISO. Предполагается, что внедрение системы ISO в практику российских медицинских учреждений позволит значительно повысить эффективность управления, достичь высоких показателей качества медицинской помощи и повысить уровень удовлетворенности пациентов, предоставленными услугами.

Внедрение и реализация стандарта ISO в практику многопрофильных медицинских учреждений представляет собой длительный и последовательный процесс, требующий от каждого сотрудника максимальных временных и трудовых усилий в решении поставленных задач.

Обосновав преимущества перехода российской медицины на международные стандарты качества, можно выделить ряд основных этапов осуществления указанного перехода:

1 этап — Медицинское учреждение разрабатывает цели и процессы, которые необходимы для достижения результатов, а также показатели эффективности указанных процессов.

2 этап — Достижение вовлеченности персонала в процесс реализации услуг и достижения высокого качества своей деятельности. На данном этапе необходимо достичь

привязанности пациента к сотруднику, оказавшему помощь, что в будущем позволит достичь лояльности пациента к медицинской организации.

3 этап — умение эффективно делегировать полномочия. Необходимость предоставить специалисту свободу действий и возможность принятия решений, позволяющих найти индивидуальный подход к каждому пациенту, который будет способствовать достижению эффективного результата при оказании медицинской помощи.

4 этап — проведение аудита, который позволит определить источники непрерывных улучшений и развития существующей системы менеджмента качества, а также выявить возможные причины неудач при достижении поставленных качественных целей.

5 этап — существенным условием достижения высоких результатов качества медицинской помощи является непрерывное совершенствование и обучение персонала, построение эффективной системы управления и повышение инновационной активности.

Внедрение системы менеджмента качества в работу многопрофильного медицинского учреждения позволит достичь значительных результатов эффективности оказываемой медицинской помощи, который может быть достигнут за счет повышения вовлеченности персонала в трудовой процесс. При этом необходимо избегать ошибок, определяемых чрезмерной концентрацией на частных требованиях стандарта при игнорировании основополагающих принципов системы ISO.

Таким образом, можно говорить о том, что внедрение принятых во всем мире стандартов системы ISO в практику российских лечебных учреждений поможет повысить эффективность управления и достичь значительных показателей конкурентоспособностей.

Литература:

1. Система менеджмента качества медицинских учреждений [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://medvisnik.com.ua/2009/05/23/sistema-menedzhmenta-kachestvamedicinskikh.html>. — Загл. с экрана. — Яз. рус., англ.
2. Mendes S. Quality management systems. In: Bento F, Esteves SC, Agarwal A, eds. Quality management in ART Clinics: A Practical guide. New York, Springer US 2013, pp. 7–22.

Особенности аудита российской кадровой политики

Власенко Анастасия Игоревна, студент магистратуры

Тюменский индустриальный университет

В трудах многих авторов в периодических изданиях широко обсуждаются теоретические аспекты и методики проведения аудита расчетов по оплате труда, в меньшей степени уделяется внимание проверке соблюдения положений законодательства о труде, состоянии внутреннего учета и контроля по трудовым отношениям. А между тем эта

часть аудита является трудоемкой и актуальной, требующей повышенного внимания и знаний, не только трудового, но и налогового гражданского законодательства, а также административного права.

Известно, что самые проблемные трудовые проверки, связаны с нарушениями по оплате труда, именно они зани-

мают лидирующие позиции в перечне проступков работодателей. По завершению проверки аудиторами, нет такой организации, которая бы стопроцентно соблюдала трудовые законодательства и не допускала, даже минимальных ошибок в ведении кадрового учета, в результате чего, двери любой компании открыты для инспекторов по труду.

В своей статье я хотела бы уделить внимание типичным ошибкам работодателей при оплате труда. По статистике ст. 136 «Порядок, место и сроки выплаты заработной платы» ТК РФ самая нарушаемая работодателями. Основные ошибки по указанной статье таковы: не выплата отпускных за три дня до начала отпуска., невыдача расчетных листов работникам, а также отсутствие типовой формы расчетного листка., при выплате заработной платы через банк в трудовом договоре не прописано, кто несет ответственность за снятие денежных средств в банкомате, а также не указано в трудовом соглашении даты выплаты заработной платы через банк., выплата аванса вместо заработной платы [4].

В ст. 136 Трудового кодекса РФ вообще отсутствует слово «аванс». Есть лишь две части зарплаты, которые нужно выплачивать два раза в месяц. Исходя из этого, размер заработной платы должен соответствовать отработанному времени за вычетом НДФЛ, а не частью от оклада, как некоторые руководители решают установить в своей организации. Безусловно, никто не запрещает заплатить половину зарплаты за первые две недели, но в результате увольнения сотрудника, организация не сможет удержать ранее выплаченные деньги сотруднику.

Еще очень важный момент в выплатах сотрудникам, это премия, стимулирующие выплаты и компенсационные, их также нужно платить два раза в месяц. Неверная формулировка в Положении о премировании и об оплате труда вынудит вас даже готовую премию разделить на год и выплачивать ее работнику каждый месяц, или придется платить потратиться на выплату части ежемесячной премии работнику, который увольняется в середине месяца.

Как все же избежать таких ошибок? Необходимо ввести правильное формулирование в тексте «Положения о премировании работника» или об оплате труда, а также в трудовом договоре. Например, по тексту «...выплатить ежемесячную премию работнику, если количество отработанных дней соответствует графику рабочего времени», «...ежемесячная премия, выплачивается по итогам прошедшего календарного года». Так же из числа премируемых можно исключить работников, увольняющихся до истечения календарного года, если такое условие предусмотрено в локальном нормативном акте. В таком случае возможна следующая формулировка «годовая премия выплачивается в том случае, если работник отработал полностью, в течении отчетного календарного года». В свою очередь с компенсационными выплатами можно поступить так «компенсационные выплаты произвести, если работником предоставлены все подтверждающие документы».

Так же часто встречаются ошибки в выплатах сотрудникам такие как невыплата денежной компенсации за задержку заработной платы, отпускных [3]. Ведь зарплата раз в месяц и опоздание с отпускными это повод для выплаты работнику денежной компенсации. Если организация в свою очередь, не выплачивает работникам два раза в месяц заработную плату, то трудовой инспектор заставит ее выплатить компенсацию за все года, каждому работнику. Трудно представить сколько времени уйдет на одни только расчеты и какие затраты может понести организация. При расчетах также нужно будет учесть все изменения в заработной плате работников, а также постоянные изменения размера ставки рефинансирования. В этих расчетах не должны упустить и пеню.

Еще из одной часто встречаемой ошибок это невыплата работникам за дополнительно отработанное время.

В этом случае есть несколько вариантов, они зависят от того в каком порядке были прописаны дополнительные работы: срочный трудовой договор., доплата (исполнение обязанностей, совмещение), временный перевод по должности.

Исполнение совмещение работ и исполнение обязанностей предусматривает сто процентную доплату, поскольку работник выполняет весь объем дополнительных обязательств.

В результате выявления данных нарушений финансовый инспектор может приостановить деятельность организации за нарушение трудового законодательства сроком на 90 суток, причем в ТК РФ не указано за какие именно нарушения применяются данные меры. На практике это делается за: нарушение по охране труда., нарушение по оплате труда.

Также одним из видов ответственности является дисквалификация. Более пятидесяти случаев нарушений по которым выносятся этот вид ответственности — это нарушения по оплате труда. Если инспектор впервые находит в организации нарушение, он определяет круг виновных ответственных лиц и выдает заключение, если он найдет аналогичное нарушение во второй раз, то вам грозит дисквалификация.

Например, в первый раз, было выявлено, что вы не выплачиваете работникам заработную плату два раза в месяц, во второй раз выявилось, что у вас нет типовой формы расчетного листка. В итоге это все та же статья 136 Трудового Кодекса РФ. Дальше инспектором передается дело в суд и в судебном решении будет вынесен вердикт, в отношении генерального директора будет написано: «дисквалификация с позиции руководящего работника», главного бухгалтера «дисквалификация с позиции бухгалтерского работника» в итоге нельзя работать не только главным бухгалтером, но и в целом любым бухгалтером, тот же вердикт грозит начальнику кадрового отдела.

Еще один из видов наказания, это уголовная ответственность, устанавливается за невыплату заработной платы свыше двух месяцев, если данный случай произошел по решению руководителя из корыстных целей или личной заинтересованности [1]. Данная ответственность грозит только

руководителю, он будет наказан штрафом в размер заработной платы или иного дохода за период до одного года, или же лишением права занимать данную должность руководителя или же данной деятельностью на срок до пяти лет, либо лишением свободы на срок до двух лет, что звучит совсем не перспективно для любого руководителя.

Таким образом можно сделать вывод, что несоблюдение требований трудового законодательства может привлечь за собой серьезные последствия, привлечь за собой уйму проверок со стороны контролирующих органов, а ведь все это можно предотвратить, не полагаясь на счастливый случай.

Литература:

1. Статья 145.1 УК РФ «Невыплата заработной платы, пенсий, стипендий, пособий и иных выплат», Постановление Правительства РФ от 23 ноября 2009 г. № 944 «Об утверждении перечня видов деятельности в сфере здравоохранения, сфере образования и социальной сфере, осуществляемых юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, в отношении которых плановые проверки проводятся с установленной периодичностью» // Собрание законодательства РФ 2009 № 48 ст. 5824.
2. Распоряжение Правительства РФ от 5 июня 2015 г. № 1028р «Об утверждении Концепции повышения эффективности обеспечения соблюдения трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права» (2015–2020 гг.) // Собрание законодательства РФ 2015 № 24 ст. 3508.
3. Фомченко С. Г. Исполнение предписаний государственных инспекций труда: проблемы и перспективы развития // Современное право. 2008 № 12 С 64–65.

Сущность финансовой безопасности и её место в системе экономической безопасности организации

Воробьева Мария Александровна, студент
Вятский государственный университет (г. Киров)

Деятельность любого предприятия, даже с самой удачной системой управления, не может быть полностью прогнозируемой, поскольку каждый хозяйствующий субъект работает в условиях неопределенности и динамичности условий хозяйствования.

Одним из главных показателей, свидетельствующих о том, что предприятие экономически безопасно, является стабильная и устойчивая работа его финансовой подсистемы, основной целью функционирования которой является обеспечение всех остальных подсистем финансовыми ресурсами в требуемом объеме с минимальными затратами.

Недостаток или неэффективное распределение финансов может повлечь за собой невыполнение производственного плана, утрату кадровых ресурсов, привести к потере конкурентных преимуществ, если не будут финансово обеспечены меры по стабилизации информационной безопасности и так далее.

Важность обеспечения финансовой безопасности хозяйствующего субъекта так же состоит в том, что финансовые риски напрямую связаны с формированием его прибыли, и в неблагоприятном случае приводят к потерям не только доходов, но и капитала предприятия, что может привести к необратимым последствиям его деятельности, то есть к банкротству.

Основываясь на характеристиках таких понятий, как «национальная безопасность» и «экономическая без-

опасность», отраженных в Указах Президента РФ представляется возможным дать следующую формулировку понятия «финансовая безопасность хозяйствующего субъекта» [1, 2].

Финансовая безопасность хозяйствующего субъекта — одна из важнейших составляющих его экономической безопасности, характеризующая защищенность финансовых отношений, используемых финансовых активов и иных финансовых ресурсов, осуществляемых предприятием финансовых сделок и операций от внешних и внутренних угроз, при которой обеспечиваются финансовая устойчивость и независимость, благоприятные условия для удовлетворения законных интересов и потребностей хозяйствующего субъекта.

Таким образом, финансовая безопасность представляет собой такое состояние системы, при котором:

- 1) имеет место быть финансовое равновесие, устойчивость и платежеспособность предприятия, как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде;
- 2) отдельные аспекты деятельности предприятия обеспечены необходимыми финансовыми ресурсами;
- 3) обеспечивается достаточная финансовая независимость;
- 4) обеспечивается достаточная гибкость при принятии финансовых решений;
- 5) обеспечивается защищенность финансовых интересов собственников;

б) существует способность противостоять существующим и возникающим опасностям и угрозам, стремящимся причинить финансовый ущерб предприятию, нежелательно изменить структуру капитала или принудительно ликвидировать предприятие.

Главная цель финансовой безопасности предприятия — обеспечение его продолжительного и максимально эффективного функционирования сегодня и высокого потенциала развития в будущем.

Из этой цели вытекают функциональные цели финансовой безопасности хозяйствующего субъекта (рис. 1).



Рис. 1. Функциональные цели финансовой безопасности предприятия [3]

Финансовая безопасность должна быть направлена на выявление и пресечение угроз финансовым интересам субъектов финансовых отношений, а также нивелирование последствий таких угроз.

Угроза финансовой безопасности предприятия — это реальная или потенциальная возможность проявления деструктивного воздействия различных факторов на финансовое развитие предприятия, приводящего к определенному экономическому ущербу.

Наиболее применяемая сегодня классификация — разделение угроз на внешние и внутренние.

Внешние угрозы не зависят от деятельности организации, являются сложно контролируруемыми и относятся к факторам риска окружающей среды, в которой существует хозяйствующий субъект. Ими могут быть: скупка акций и долговых обязательств нежелательными конкурентами; неразвитость рынков капитала и их структуры; недостаточно развитая система защиты прав инвесторов и исполнения законодательства; неблагоприятные макроэкономические условия, нестабильная общеэкономиче-

ская ситуация в стране и на уровне регионов; несовершенство механизма формирования экономической политики государства.

Внутренние угрозы связаны, прежде всего, с деятельностью самого хозяйствующего субъекта, поэтому им следует уделять особое внимание. К внутренним угрозам, влияющим на финансовую безопасность организации, относятся: преднамеренные или случайные ошибки менеджмента в части управления финансами хозяйствующего субъекта и стратегическом планировании; недостаточная ликвидность активов предприятия, неплатежеспособность организации, низкие показатели финансовой устойчивости, деловой активности, рентабельности; проведение неэффективной ценовой политики; отсутствие планирования деятельности предприятия в аварийных ситуациях.

Все угрозы нуждаются в контроле и ликвидации со стороны хозяйствующего субъекта.

Чтобы эффективно и своевременно идентифицировать угрозы, присущие предприятию, руководству целесообразно проводить постоянный мониторинг и оценку финан-

совой безопасности организации. На основе информации, полученной в процессе мониторинга, о наличии внешних и внутренних угроз следует разрабатывать систему мероприятий по их нейтрализации, ликвидации последствий угроз, а также выработать меры по предупреждению возможных угроз в будущем, что будет способствовать повышению устойчивости функционирования предприятия в будущем [4].

Особый вклад в разработку методологии оценки финансовой безопасности внесли И. А. Бланк, Г. В. Савицкая, Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова, Т. Б. Кузенко и, конечно, нельзя не упомянуть в этом списке Д. А. Шеремета, как основоположника классического финансового анализа [5].

Обзор литературы по данному вопросу позволил выделить наиболее распространенные методы оценки уровня финансовой безопасности организации (рис. 2).

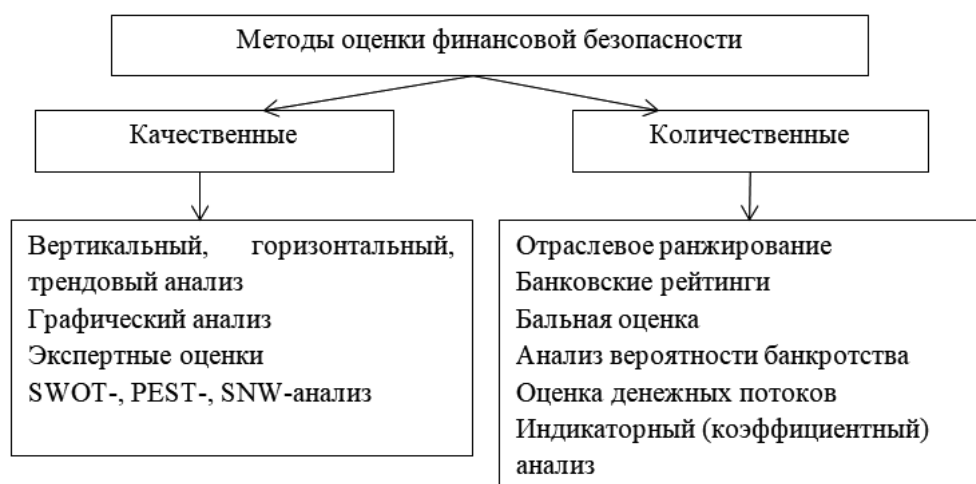


Рис. 2. Методы оценки финансовой безопасности организации

Выбор одного или другого метода не исключает использования методологического аппарата других, напротив, наиболее качественным будет комплексный анализ с использованием одновременно нескольких методов.

Правильное и грамотное построение работы по проведению анализа деятельности организации и получение определенных результатов в результате оценки ее финансового состояния, показывает объективную картину текущей ситуации, а также помогает выявить все сильные и слабые стороны. Эти данные становятся необходимой базой для принятия дальнейших управленческих решений: изменение деятельности в организации, оптимизация расходов, увеличение доходов за счет дополнительных возможностей предприятия и т. д.

Применение превентивных мероприятий позволяет снизить частоту наступления негативных событий и тяжесть

последствий, сократить общие издержки на обеспечение безопасности. Практика показывает, что затраты на предупредительные меры в десятки раз ниже затрат на ликвидацию последствий угроз [6].

Таким образом, защита финансовой безопасности хозяйствующего субъекта от потенциальных угроз, а также способ его защиты будут основаны на результате, полученном в зависимости от применяемой модели оценки угроз финансовой безопасности.

Именно от того, насколько заблаговременно руководство и менеджеры предприятия способны выявить возможные угрозы, избежать их и нейтрализовать ущерб от их воздействия, будет зависеть уровень финансовой безопасности хозяйствующего субъекта.

Литература:

1. Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности РФ на период до 2030 года»
2. Указ Президента РФ от 31 декабря 2015 г. № 683 «О Стратегии национальной безопасности РФ»
3. Каранина, Е. В. Финансовая безопасность (на уровне государства, региона, организации, личности) — Монография. — Киров: ФГБУ ВО «ВятГУ», 2015—239 с.
4. Кайрова В. М., Бутова А. В. Проблемы экономики, финансов и управления производством./ В. М. Кайрова, А. В. Бутова // Сборник научных трудов вузов России. — 2012. — № 32. — С. 134—142.
5. Золотова А. А. Использование методов корпоративного анализа при оценке финансовой безопасности организации./ А. А. Золотова// Наука сегодня: реальность и перспективы. Материалы международной научно-практической конференции. В 2-х частях. — ООО «Маркер». — Вологда, 2018. — С. 100—102.

6. Любушин Н. П. Использование ресурсоориентированного экономического анализа в оценке устойчивого развития хозяйствующих субъектов / Н. П. Любушин, А. И. Лылов, Н. Э. Бабичева // Вестник Тамбовского университета. — Тамбов, 2015. — № 2 (142). — С. 32–45.

Подходы к совершенствованию системы менеджмента качества на фармацевтическом предприятии

Гаврилова Дарья Дмитриевна, студент магистратуры;

Бойкова Анна Викторовна, доктор экономических наук, профессор

Тверской государственной технической университет

Совершенствование систем менеджмента и их интеграция позволяют организациям уменьшать общие издержки на качество продукции. В данной статье представлены подходы к внедрению интегрированной системы менеджмента качества в фармацевтической отрасли. Одними из наиболее востребованных в последнее время систем организационного менеджмента являются интегрированные системы менеджмента (ИСМ), отвечающие требованиям нескольких интернациональных стандартов. Интеграция структур менеджмента создается для повышения качества продукции и выгоды в соотношении с потребностями предприятия при единовременном удовлетворении требований интернациональных стандартов.

Ключевые слова: интегрированная система менеджмента, система менеджмента качества, менеджмент качества, преимущества внедрения.

Gavrilova Daria Dmitrievna, master's student;

Boykova Anna Viktorovna, Professor

Tver State Technical University

Improving management systems and their integration enables organizations to reduce total cost of quality. This article presents approaches to the implementation of the integrated system of quality management in the pharmaceutical industry. One of the most popular in recent years organizational management systems are integrated management system (IMS) that meet the requirements of several international standards.

Keywords: integrated management system, quality management system, quality management, the introduction of benefits

Фармацевтическая промышленность является одной из главных отраслей нашей страны. От нее зависит здоровье населения. С каждым годом появляются новые технологии по созданию и совершенствованию лекарственных препаратов. Но не стоит забывать о препаратах, которые давно вошли в обиход человека и до сих пор используются и являются актуальными. Такие препараты доступны всем слоям населения.

Фармацевтическим предприятиям, которые давно уже на рынке, стратегической целью будет постоянное совершенствование системы менеджмента качества (далее СМК). Значимой ролью для системы в результате конечной цели играет удовлетворение потребителя, которое способствует реализации принципа менеджмента качества — улучшения.

СМК охватывает весь процесс создания продукции (услуг), начиная со стадии получения сырья и, включая все последующие этапы производства, и, завершая продажей ее конечному потребителю. Каждое звено такой цепи, влияет на качество продукции на любом этапе, и является частью системы менеджмента качества [4].

Одна из главных целей качества — управлять так, чтобы обеспечить бесперебойную и стабильную работу.

Сегодня для того чтобы фармацевтическому предприятию оставаться на рынке и быть конкурентоспособным, необходимо постоянно улучшать фармацевтическую систему качества (далее ФСК). ФСК включает в себя разработанную по определенным утвержденным требованиям нормативную документацию, которая должна совершенствоваться и претерпевать изменения, для эффективности и результативности работы в целом.

Фармацевтическому предприятию, чтобы соответствовать требованиям международных стандартов, обобщающих мировой опыт системного управления, необходимо внедрять современные стандарты менеджмента качества. Чтобы совместить несколько стандартов в единое, необходимо построение интегрированной системы менеджмента (далее ИСМ), которая соответствует требованиям нескольких стандартов и функционирует как единое целое. В фармацевтической отрасли такими стандартами явля-

ются, ИСО серии 9000 и правила Надлежащей производственной практики (GMP).

Цель внедрения такой системы заключается в устранение и недопущения несоответствий, разработка и выполнение корректирующих и предупреждающих действий, анализ результативности этих действий. Также с помощью ИСМ станет возможным обеспечить результативную деятельность, заключающуюся в более эффективном внутреннем обмене информацией, планировании, проведении и принятии решений по вопросам обеспечения качества, а также проверку выполнений решений.

Международный стандарт ISO 9001 определяет процесс разработки, внедрения и функционирования системы менеджмента качества. В соответствии с этим стандартом проводится сертификация внедренной системы менеджмента качества [3].

Суть GMP заключается в абсолютной исполнительской дисциплине на основе всеобщего документирования и доказательств правильности функционирования оборудования и технологических процессов на предприятии.

Если основная цель систем качества, установленных моделями ISO серии 9001 – обеспечение конкурентоспособности продукции или самой организации на рынке, то цель систем управления, построенных на основе выпускаемой продукции.

Построение интегрированной системы управления, основывается на принципах, установленных в международных стандартах управления. В то же время в качестве основных требования могут быть приняты принципы управления качеством, такие как:

- «PDCA»
- процессный подход,
- системный подход,
- управлениями рисками.

Литература:

1. Митюшова М. А., Чигирева У. В. Сертификация системы менеджмента качества: что это такое? // В сборнике: Пищевые инновации в биотехнологии Сборник тезисов VI Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Под общей редакцией А. Ю. Просекова, 2018. С. 227–228.
2. Определение и назначение СМК. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.amu.kz/infocenter/smk/smk.php?ELEMENT_ID=8837/
3. Концепция и технологии менеджмента в отраслевом разрезе: теория и практика: монография // под научн. ред. С. А. Никитина. — Орел: ОГУ имени И. С. Тургенева, 2017. — 222 с.
4. О. А. Голубенко, Е. Н. Поглазова «Что такое интегрированная система менеджмента (исм)»: Международный научный журнал «символ науки» № 04–2/2017.

Из числа приведенных интеграционных подходов «PDCA» — подход является универсальным, его аббревиатура, образованная словами Plan-Do-Check-Act (Планируй-Делай-Изучай-Действуй). Процессный и системный подходы будут применяться в качестве интеграционных в том случае, если в интеграции участвует система менеджмента качества или ставится задача повышения результативности и эффективности деятельности организации по направлениям, рассматриваемым при интеграции. Подход, основанный на управлении рисками, используется предприятием для организации комплексной системы планирования и целеполагания.

Все эти интеграционные подходы связаны между собой:

- деятельность организации может быть представлена в виде системы процессов, включая основные, вспомогательные и процессы управления;
- понятие риска применимо к целям и ходу этих процессов и целям организации в целом;
- управление организацией, процессами и рисками осуществляется в соответствии с методологией «PDCA».

Реализация этих подходов позволит обеспечить интеграцию положений стандартов системы в единый комплекс.

Таким образом, ИСМ является следующим этапом развития в повышении качества управления, что приводит к стабильной работе и успеху фармацевтического предприятия. Создание эффективной и результативной интегрированной системы есть инновационный процесс совершенствования общего менеджмента организации

Необходимо индивидуально подходить к каждому процессу создания ИСМ в зависимости от изменений внутренней и внешней среды фармацевтического предприятия, его финансовых возможностей, требований потребителей.

Классификация и характеристика сложности проектов

Галимзянов Максим Дамирович, студент магистратуры
Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

Ключевые слова: управление проектами, классификация проектов, сложность проекта, КСУП.

Прежде, чем подходить к вопросу формирования проектной команды на предприятии надо решить один из таких важных вопросов, как классифицировать все проекты по степени сложности, т. к. именно от этого основополагающего фактора будут зависеть подходы к решению тех или иных технических или организационных вопросов касательно корпоративной системы управления проектами [2].

Исходя из того, какими уровнями сложности будут обладать выполняемые на предприятии проекты, будет формироваться проектная команда, ответственная за тот или иной проект, или же портфель проектов. Для проектов, отличающихся низкой сложностью, характерно формирование команды в рамках экономии ресурсов, только самые важные члены, которые, по прогнозам руководителя проекта смогут гарантировать успех его выполнения. Для проектов, уровнем выше команда формируется в соответствии с компетенциями проекта. При формировании паспорта проекта будут учитываться все необходимые ресурсы и, разумеется, в условиях наличия тех или иных ресурсов, руководитель проекта будет формировать команду, стараясь максимально заполнить её теми специалистами, которых он сочтёт нужными. В случае, когда сложность проекта имеет максимально высокий уровень, а следовательно, и наивысший приоритет, процесс побора проектной команды в неко-

торых случаях может занимать весьма существенный отрезок времени, т. к. в данном случае важно подобрать такую команду, которая могла бы даже в условиях ограниченных ресурсов, сжатых сроков и высокой сложности отдельных задач, справиться с установленной при формировании проекта задачей с учётом всевозможных рисков и факторов.

Разумеется, формирование проектной команды будет только одной из особенностей, которые учитываются в зависимости от сложности проекта. К остальным можно также отнести:

- формирование проектного бюджета;
- ресурсный портфель;
- оценка степени значимости проекта;
- уровень и фактор влияния рисков;
- модель управления и взаимодействия со стейкхолдерами;
- анализ оценки результатов;
- метод методика подхода к решению отдельных проектных задач и др.

Для того, чтобы понять, каким проектом является по сложности, существует модель классификации проектов, которая призвана выделить все уровни сложности. Сам процесс оценки сложности в упрощенном виде представлен в таблице 1 [1].

Таблица 1. Классификация проектов

Классификационные признаки	Типы проектов				
	Проект	Программа		Система	
По уровню проекта	Малый	Средний		Мегапроект	
По масштабу (размеру) проекта	Малый	Средний		Мегапроект	
По сложности	Простой	Организационно сложный	Технически сложный	Ресурсно-сложный	Комплексно сложный
По срокам реализации	Краткосрочный	Средний		Долгосрочный	
По требованиям к качеству и способам его обеспечения	Бездефектный	Модульный		Стандартный	
По совокупности проектов	Монопроект		Мультипроект		
По уровню участников	Отечественный: — государственный; — территориальный; — местный.		Международный		
По характеру целевой задачи	Антикризисный, Маркетинговый, Образовательный.		Реформирование, Инновационный, Чрезвычайный.		
По объекту инвестиционной деятельности	Финансовый, Инвестиционный.		Реальный Инвестиционный		
По главной причине возникновения проекта	Открывшиеся возможности		Необходимость структурно-функциональных преобразований	Реорганизация	
	Чрезвычайная ситуация			Реструктуризация Реинжиниринг	

Технически-сложным признаются проекты, в которых частично неизвестна технология получения результата, или же имеется ряд трудностей в техническом плане различного рода для реализации проекта.

Организационно-сложным является проект, в котором много участников, либо члены проектной команды территориально разнесены (могут находиться в разных регионах, городах, странах), для их контроля требуются дополнительные инструменты и затраты.

Комплексно-сложный проект включает в себе совокупность проблем и организационного, и технического плана.

Простым проектом считается тот, в котором проектная команда уже реализована и имеет опыт в работе своим составом и у которых не возникало проблем с реализацией проекта. Почти все многоразовые команды (за исключением поправок на специфику и сферу бизнеса) считают командами простых проектов, деятельность которых должно быть отлажена и поставлена на поток [3].

В данном случае сложные проекты подразумевают под собой наличие неких ресурсных, организационных или технических задач, для решения которых предполагается внедрение нетрадиционных или необычных подходов, а также повышения уровня затрат на их решение. В современной практике также встречаются варианты усложненных проектов, где наблюдается повышенное влиянием,

какого-либо из описанных выше видов сложности — углубленные схемы финансирования, значительное увеличение участников проекта, использование нетрадиционных технологий исполнения и многое другое.

Следует также отметить, что не так давно «Центр оценки и развития проектного управления» предоставил свою модель и степень оценки сложности проектов. По его классификации для каждого из типов сложности присущи и характерны свои факторы сложности, с которыми в процессе работы проектной деятельности связаны типичные проблемы управления. Для каждого из таких видов и факторов определяются примерные параметры, на основании которых тому или иному проекту присваивается оценка сложности в бальной системе:

- 0 — низкая сложность;
- 1 — средняя сложность;
- 2 — высокая сложность.

Проект будет считаться сложным в том случае, если по параметрам сложности наберёт сумму баллов не менее трёх (если, например по одному из критериев сложность оценивается как «высокая», ещё по одному — «средняя»). По их системе легко определить в какой степени сложности проект будет ранжироваться и оцениваться. Определять числовые показатели проекта должен руководитель проекта или его непосредственное начальство [4].

Литература:

1. Freeman R. E., McVea J. A Stakeholder Approach to Strategic Management // Blackwell handbook of Strategic Management. Oxford: Blackwell, 2001.
2. Taleb N. N. The Black Swan: The Impact of Highly Improbable. — NY: Random House, 2007.
3. How IBM, Accenture, PwC and Deloitte Are Shaking Up the Marketing Industry / internet-article. URL: <https://adage.com/article/news/consultancies-rising/308845/>
4. «Центр оценки и развития проектного управления — ЦОРПУ» / интернет-ресурс: URL: <https://www.isopm.ru/>

Взаимосвязь между бизнес-моделями и управлением стейкхолдерами

Галимзянов Максим Дамирович, студент магистратуры
Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

Ключевые слова: КСУП, управление стейкхолдерами, бизнес-модель, заинтересованные стороны, проектное управление, модель Остервальда.

Не секрет, что прежде, чем выйти на рынок, предприятие должно определиться, какой бизнес модели они будут придерживаться на протяжении какого-то отрезка существования или же на протяжении всего жизненного цикла.

Бизнес моделью считается тот метод ведения бизнеса, с помощью которого предприятие обеспечивает себе получение прибыли, т. е. это структура всех бизнес-процессов предприятия и их взаимосвязей, используемых для контроля, планирования и коррекции всей деятельности фирмы.

При выборе бизнес-модели учитываются такие факторы, как:

- Специфика фирмы, чем она занимается;
- Философия фирмы;
- Цели и задачи, которые предприятие собирается достичь в ходе своего существования;
- Рынок, на который предприятие выходит;
- Основное направление и ЦА;
- Специфика отрасли и др.

Бизнес-модель, которую выбирает предприятие вне зависимости от этапа существования, во многом определяет курс дальнейших действий, стратегию ведения бизнеса, возможные риски, и ряд прочих факторов, которые жизненно важны для работы и получения прибыли. Вне зависимости от того, какая модель была выбрана, предприятие обязано придерживаться ряда условий для того, чтобы тот или иной аспект, отдел, фактор или событие работал именно на него, а не шел во вред [1].

По сути, бизнес-модель является и основополагающим, и промежуточным для предприятия фактором. При выходе фирмы на рынок и создания бизнеса формируется модель. В ходе жизненного цикла модель дорабатывается, претерпевает изменения, вносятся корректировки, разрабатываются дополнения или модель перерабатывается полностью, после чего модель заново внедряется на предприятие

уже на всех уровнях существования и процесс начинается сначала. Иными словами, бизнес-модель является универсальным языком, которого придерживаются все участники стратегического процесса [2].

Одним из наиболее популярных и востребованных на сегодняшний день инструментов для бизнес-моделирования является существующий шаблон бизнес-модели, который был разработан Ивом Пинье и Александром Остервальдером. В данный момент он используется многими компаниями, начиная от стартапов и небольших компаний до межконтинентальных, транснациональных компаний. Данная модель предназначена для описания, анализа, представления бизнес-модели. Она состоит из девяти блоков, которые просто и весьма наглядно представляют всю деятельность предприятия на одном небольшом листе (рис. 1).



Рис. 1. 9 структурных блоков модели Остервальда.

— Потребительские сегменты (customer segments). Здесь описываются один или несколько клиентских сегментов, с которыми предприятие работает;

— Ценностные предложения (value propositions). Основные причины, по которым покупатели/потребители выбирают товары или услуги именно этой фирмы;

— Каналы сбыта (channels). Процесс взаимодействия предприятия со своими потребительскими сегментами (customer segments) до покупки, во время и после;

— Отношения с клиентами (customer relationships). Типы отношений, которые предприятие выстраивает с потребителями;

— Потоки доходов (revenue streams). Все источники прибыли предприятия;

— Основные ресурсы (key resources). Наиболее важные активы, необходимые, чтобы бизнес-модель была жизнеспособной и масштабируемой.

— Основные виды деятельности (key activities). Все действия предприятия, которые направлены на создание его ценности.

— Основные партнёры (key partners). Все партнёры и поставщики, благодаря которым бизнес-модель будет функционировать.

— Структура издержек (cost structure). Наиболее значимые статьи расходов, необходимые для работы в рамках бизнес-модели.

Что касается вопроса стейкхолдеров, то модель управления ими будет напрямую формироваться, исходя из той биз-

нес-модели, которой придерживается предприятие. Ярким примером является стейкхолдерская модель управления бизнесом, которая следует принципу системной деятельности по взаимодействию с заинтересованными сторонами, помимо управления проектными и социальными рисками, во всех структурах и уровнях компании, т. е. каждый бизнес-процесс модели направлен на соблюдение интересов стейкхолдеров. Считается, что правильная реализация подобной модели может позволить получить самый лучший результат в любом действии [3].

Наложить модель Остервальда можно на саму проблему определения стейкхолдеров для проектного управления

организации. По большей части, при формировании бизнес-модели в шаблоне Остервальда уже формируется база стейкхолдеров проектной части процесса ведения бизнеса, далее можно действовать в двух направлениях: либо наложить данную базу на имеющуюся модель (например, модель управления Менделоу) для определения границ стейкхолдеров и уровня вовлеченности, либо, изменив структуру шаблона, объединить её с матрицей модели управления, что позволит на этапе формирования бизнес-модели получить общую базу всех заинтересованных сторон предприятия, и тогда выбрать курс управления, которого предприятие будет придерживаться на всём жизненном цикле.

Литература:

1. Taleb N. N. The Black Swan: The Impact of Highly Improbable. — NY: Random House, 2007.
2. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 288 с.
3. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В. М. Попова. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 488 с.

Проблемы и перспективы хранения электронных документов в государственных архивах Свердловской области

Галямшина Екатерина Александровна, студент

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург)

В статье рассмотрены основные государственные Программы, которые предполагают переход на электронный документооборот. Анализируются статистические данные по объемам электронных документов, находящихся на хранении, а также данные документов, которые в перспективе могут поступить на хранение в государственных архивах Свердловской области. По мнению автора, решением проблемы неготовности государственных архивов может быть создание Центра хранения электронных документов.

Ключевые слова: Свердловская область, документ, архив, Электронный ресурс, электронный документооборот

В условиях информатизации общества и преобладающей роли информационно-коммуникационных технологий в архивной службе Российской Федерации набирает обороты процесс перехода от бумажного документа к электронному. За последние 10 лет было сделано несколько шагов к переходу на электронный документооборот и подготовку архивов к работе с такими документами. Федеральный закон «Об электронной подписи» № 63-ФЗ, принятый в 2011 году, закрепил существование юридически значимого электронного документа [5]. В 2011 году была утверждена программа информатизации Федерального архивного агентства и подведомственных ему учреждений на 2011–2020 годы [3]. Программа предусматривает подготовку архивов к приему и непосредственно сам прием электронных документов длительных сроков хранения. Впервые в этой программе упоминается о необходимости создания Центра хранения электронных документов, как отдельного структурного подразделения.

В этом же году была утверждена еще одна государственная программа «Информационное общество» с перспективой до 2020 года. Программой предусмотрено создание нормативной базы взаимодействия государственных и муниципальных архивов и СЭД для передачи документов на государственное хранение. В 2016 году был утвержден системный проект «Электронное правительство» [6]. Проект создан на перспективу до 2020–2025 годов с целью информатизации государственного и муниципального управления всех ветвей власти. Проект предполагает переход документооборота в органах власти на электронный документ для оптимизации их деятельности, создания межведомственного информационного взаимодействия и оперативного принятия решений.

При работе с электронными документами необходимо учитывать, что традиционные архивы не приспособлены для их хранения. Согласно правилам хранения, аудиовизуальные и электронные документы должны храниться в оборудованных помещениях. Поэтому в каждом архиве, плани-

рующем процедуру по валовому приему таких документов, должны быть подготовлены отдельные архивохранилища с условиями, соответствующими требованиям хранения документов на электронных носителях.

Таблица 1. Требования к температурно-влажностному режиму документов на разных носителях

Условия	Документы на бумажных носителях	Документы на электронных носителях		
		На магнитных дисках и дисковых накопителях	На оптических дисках	Для электронно-вычислительных машин
Температура, t °	17–19	+8 — +18	+10 — +23	21±2
Влажность, %	50–55	45–65	20–50	47±7

В 2009 году Управлением архивами Свердловской области был проведен мониторинг упорядочения аудиовизуальных документов и электронных документов, находящихся на хранении в организациях источниках комплектования государственных и муниципальных архивов

Свердловской области. Исходя из полученных в ходе мониторинга, нами был проведен статистический анализ объема и состава электронных документов, находящихся на хранении в организациях — источниках комплектования [1].

Таблица 2. Состав документов на электронных носителях, находящихся на временном хранении в источниках комплектования

	фото	видео	фоно	Управленческая документация	НТД
Количество организаций	100	92	24	66	7
Количество единиц хранения	4256	4298	352	1132	870726
Годы	1992–2009	1992–2008	1992–2009	1992–2009	1930–2009
Количество упорядоченных единиц хранения	1	34	-	-	-

В мониторинге участвовало 377 организаций. Всего на хранении в организациях находилось 880764 единицы хранения фото-, фоно-, видеодокументов, управляющей и научно-технической документации на электронных носителях. Из них упорядочено всего 35 единиц хранения. По результатам мониторинга коллегией Управления архивами Свердловской области было принято решение о проведении совместной работы архивов и их источников комплектования, в ходе которой должна быть проведена экспертиза ценности, упорядочение документов и включение их в состав Архивного фонда Российской Федерации. Федеральное законодательство устанавливает допустимые сроки хранения документов Архивного фонда в организациях — источниках комплектования, по истечению которых документы должны быть переданы на хранение в государственные и муниципальные архивы:

- для включенных в установленном порядке в состав Архивного фонда Российской Федерации документов федеральных органов государственной власти, иных государственных органов Российской Федерации, внебюджетных фондов, государственных корпораций, компаний и федеральных организаций — 15 лет;
- для включенных в установленном порядке в состав Архивного фонда Российской Федерации документов органов государственной власти, иных государственных органов субъектов Российской Федерации и организаций субъектов Российской Федерации — 10 лет;

Федерации и организаций субъектов Российской Федерации — 10 лет;

- для включенных в установленном порядке в состав Архивного фонда Российской Федерации документов органов местного самоуправления и муниципальных организаций — 5 лет [2]. Исходя из этого, можно сделать вывод, что государственные архивы Свердловской области ожидает обширный прием документов на электронных носителях.

На сегодняшний день в областных государственных архивах находится всего 439 единиц хранения электронных документов.

В Проекте концепции развития архивного дела в Российской Федерации до 2020 года предполагается «организовать на базе одного из федеральных архивов Центр хранения электронных документов с функциями централизованного приема, хранения и организации доступа к электронным документам постоянного срока хранения федеральных органов государственной власти и организаций, являющихся источниками комплектования федеральных архивов, использующих системы электронного документооборота». Федеральное архивное агентство дает рекомендацию субъектам РФ по созданию на своей территории аналогичных центров. Таким образом, утвержденная в 2017 году Стратегия развития архивного дела в Свердловской области определяет создание ЦХЭД, как одно из наиболее важных и перспективных направлений [4].

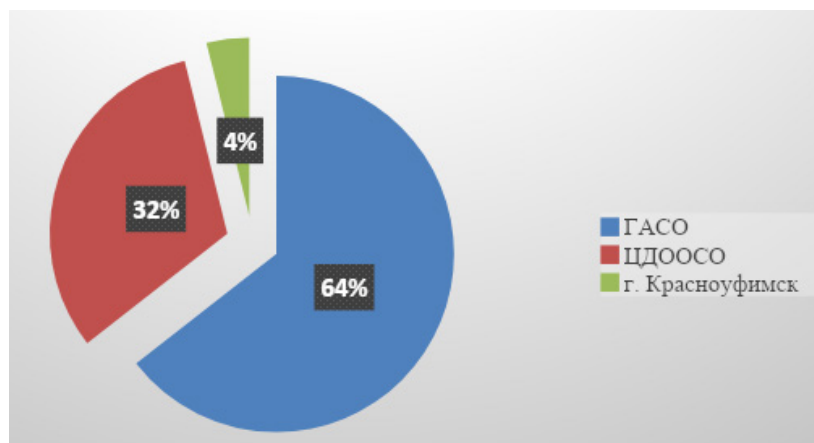


Рис. 1. Объем электронных документов в государственных архивах Свердловской области

Переход на электронный документооборот продиктован развитием и повсеместным внедрением информационно-коммуникационных технологий. Распространение электронного документа позволяет решить ряд проблем. В первую очередь это оптимизация деятельности органов власти, оперативность принятия решения и оказания услуг. Электронный документооборот обеспечивает более быстрое и эффективное межведомственное взаимодействие. На сегодняшний день Правительством был запущен ряд нормативных актов и Программ, которые предусматривают переход государственных органов, органов муниципальной

власти и других организаций на электронный документооборот. В связи с этим, в процессе осуществления деятельности этих организаций с течением времени в геометрической прогрессии будет увеличиваться объем электронных документов и документов на электронных носителях. Это значит, что в ближайшие 10–15 лет архивы ожидают валовый прием документов. На данный момент у архивов Свердловской области практически нет опыта приема и хранения электронных документов. Решением проблемы может быть создание Центра хранения электронных документов Свердловской области.

Литература:

1. О результатах мониторинга упорядочения аудиовизуальных и электронных документов, находящихся на временном хранении в организациях — источниках комплектования государственных архивов Свердловской области и муниципальных архивов в Свердловской области: решение коллегии Управления архивами Свердловской области от 11.02.2011 № 1 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Управления архивами Свердловской области URL: <http://uprarchives.midural.ru/article/show/id/83> (дата обращения: 22.05.2019)
2. Об архивном деле в Российской Федерации: Федеральный закон от 22.10.2004 № 125 (ред. от 18.06.2017) [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «Консультант плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_1406/ (дата обращения: 12.09.2019)
3. Об утверждении Программа информатизации Федерального архивного агентства и подведомственных ему учреждений на 2011–2020 годы: Приказ Федерального архивного агентства от 02.12.2011 № 104 [Электронный ресурс] // Официальный сайт федерального архивного агентства URL: <http://archives.ru/programs/informatization.shtml> (дата обращения: 22.05.2019)
4. Об утверждении Стратегии развития архивного дела в Свердловской области на период до 2030 года: Постановление Правительства Свердловской области от 05.04.2017 № 236-ПП [Электронный ресурс] // Официальный сайт Управления архивами Свердловской области. Режим доступа: <http://uprarchives.midural.ru/uploads/236-PP.pdf> (дата обращения: 22.05.2019)
5. Об электронной подписи: Федеральный закон от 06.04.2011 № 63-ФЗ // ПП [Электронный ресурс] // Официальный сайт Управления архивами Свердловской области. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_112701/ (дата обращения: 22.05.2019)
6. Системный проект Электронного правительства Российской Федерации [Электронный ресурс] // Официальный сайт Минкомсвязи России URL: <https://digital.gov.ru/ru/documents/> (дата обращения: 22.05.2019)

Налоговая политика как часть налогового планирования и способ оптимизации налоговых обязательств

Глушко Татьяна Ярославовна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В данной статье рассматривается роль налоговой политики в процессе оптимизации налоговых обязательств и уменьшения налогового бремени субъекта налогообложения. Особое внимание уделяется возникающим при реализации налоговой политике рискам.

Ключевые слова: налоговая политика, налоговое планирование, налоговый учет, налоговая оптимизация, налоговый контроль, налоговые риски.

Любой субъект будучи индивидуальным предпринимателем или юридическим лицом осуществляет хозяйственную деятельность с целью получения максимально возможного дохода. Как правило, для соблюдения данного принципа субъекты экономических отношений стремятся уменьшить величину своих расходов путем сокращения суммы затрат денежных средств для одной или нескольких расходных статей. Например, это могут быть такие статьи расходов как расходы на оплату труда, на представительские расходы, на себестоимость и другие, в зависимости от специфики вида деятельности субъекта. Не исключение составляет и статья расходов, предназначенная для уплаты налоговых платежей в бюджет. Данная статья рассматривается в связи с тем, что расходы по ней всегда составляют весомую долю среди затрат.

Способы, способствующие снижению налогового бремени и носящие правомерный характер, будут являться налоговой оптимизацией. Соответствующие способы отражены в Постановлении Пленума ВАС РФ от 12.10.2006 № 53 [3]. В данном постановлении уменьшение налоговой базы представляет собой налоговую выгоду. Согласно тому же постановлению получение налоговой выгоды может осуществляться посредством уменьшения налогооблагаемой базы через использование налогового вычета или льготы, применение более низкой ставки налога, а также получение права возместить налог из бюджета.

Однако, хочется отметить, что в отличие от понятия налоговой выгоды понятие налоговая оптимизация является более широким. Оно включает в себя не только сокращение величины налоговой обязанности, но и учитывает избранную налогоплательщиком внутреннюю политику для целей бухгалтерского и налогового учета. Вследствие грамотно составленной налоговой политики хозяйствующий субъект имеет возможность уменьшить свои налоговые платежи, однако, не стоит забывать, что избранная налогоплательщиком политика должна соответствовать нормам как налогового права, так и гражданского, уголовного, трудового и прочим отраслям права.

Основная цель для которой служит налоговая политика заключается в разработке приемов и методов, которые будут способствовать оптимизации налоговых обязательств или, иными словами, в сокращении группы расходов, которые связаны непосредственно с отчислениями налоговых платежей в бюджет.

В соответствии с НК РФ [2] под налоговым учетом подразумевается система, предназначенная для обобщения информации с целью формирования налоговой базы по необходимому налогу основываясь на данных первичных документов. Таким образом налоговый учет — это способ учета хозяйственных операций субъекта налогообложения, возникновение которых приводит к образованию доходов или расходов, которые в свою очередь и формируют налоговую базу.

Важнейшей задачей как бухгалтерского, так и налогового учета является сбор полной и достоверной информации о сумме доходов и расходов хозяйствующего субъекта. По мимо этого можно также использовать различные показатели, которые помогут определить налоговую базу.

Формирование налоговой политики является частью налогового планирования, отсутствие которого может повлечь ухудшение финансового состояния компании и будет означать потерю внутреннего контроля.

Налоговое планирование как правило должно осуществляться еще на этапе создания бизнес-плана, когда выстраивается система бизнес-процессов, однако это не всегда так, что приводит к печальным последствиям. Компании, осуществляющие налоговое планирование еще в начале своего пути являются более успешными. Это связано с тем, что они еще до регистрации юридического или физического лица (индивидуального предпринимателя) осуществляют разработку основных положений налоговой политики, что также включает в себя и выбор организационно-правовой формы предпринимательства, которая непосредственно оказывает влияние на налоговую систему.

В процессе налогового планирования важно следить за постоянными изменениями в налоговом законодательстве и не только своевременно учитывать произошедшие изменения, но и осуществлять их прогнозирование.

Налоговое планирование может быть текущим и стратегическим. Текущее налоговое планирование осуществляется в течение налогового периода, как правило года, и по большей части заключается в своевременном принятии мер в случае существенных изменений нормативно-правовых актов. Стратегическое налоговое планирование призвано рассматривать вопросы, направленные на долгосрочную перспективу, к таким вопросам можно отнести, например, реорганизацию юридического лица, продажа юридического лица, смена собственников бизнеса, изме-

нение организационно-правовой формы, избрание нового вида деятельности и т. п.

Предпринимателям, для достижения своей цели — снижение налогового бремени, необходимо, в рамках налоговой политики, выполнить следующие действия:

- проанализировать нормативно-правовые акты, еще не утвержденные, но находящиеся на стадии проектирования;
- рассмотреть дела судебной практики;
- проанализировать эффективность применяемых методов налоговой оптимизации в текущем периоде и возможности их применения в будущем;
- оценить риски, используемых методов оптимизации налоговых платежей.

Выбирая среди многочисленных методов и способов оптимизации налоговых обязательств, налогоплательщику следует учитывать, то обстоятельство, что некоторые из них являются противоправными и их использование будет являться правонарушением. Не нарушающими закон способами будут являться, например, специальные налоговые режимы, применение налоговых льгот или более низкой ставки налога. Стоит заметить, что все эти методы и условия их применения прописаны в законодательных актах и предоставляются государством.

Вследствие выше указанных обстоятельств налоговая оптимизация неотъемлемо связана с налоговыми рисками, представляющие собой такие события как: финансовые потери, привлечение к уголовной ответственности, взыскание штрафных санкций (штрафы, пени, недоимки), осуществление контролирующими налоговыми органами камераль-

ной или выездной проверки. Каждый из этих рисков может возникнуть как самостоятельно, так и как следствие одно из другого в силу их взаимосвязи и взаимозависимости.

Под налоговым контролем понимается деятельность налоговых органов в пределах своих полномочий и компетенций по контролю за соблюдением субъектами налоговых отношений законодательства о налогах и сборах.

Налоговые органы могут осуществлять мероприятия налогового контроля, например, назначить камеральную или выездную налоговую проверку. В ходе той или иной проверки может быть выявлен факт уклонения от уплаты налогов или сокрытия сделки, и как следствие занижение налогооблагаемой базы будет свидетельствовать о не в полном объеме перечисленных налоговых обязательствах. В обоих случаях возникнет риск увеличения налогового бремени, что прямо противоположно цели налоговой политики и налогового планирования, а также риск привлечения к налоговой или даже уголовной ответственности.

Именно для предотвращения возникновения большого количества налоговых рисков хозяйствующему субъекту очень важно тщательно прорабатывать каждое положение налоговой политики и грамотно их использовать. Наилучшим вариантом налогового планирования будет являться тот, который был разработан еще на начальном этапе создания юридического или индивидуального предпринимателя.

Наиболее выгодных результатов сможет добиться та организация, которая сумеет с экономией для себя использовать разработанную компанией налоговую политику и устранять налоговые риски еще на ранних этапах их зарождения.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146 — ФЗ (ред. от 29.09.2019). — Доступ из системы «Консультант Плюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117 — ФЗ (ред. от 29.09.2019). — Доступ из системы «Консультант Плюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
3. Постановление Пленума ВАС РФ от 12.10.2006 № 53 «Об оценке арбитражными судами обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды» — Доступ из системы «Консультант Плюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
4. Раздерищенко И. Н., Кривошеина Ю. В. Налоговая оптимизация как инструмент налоговой политики // В сборнике: Лучшая научная статья 2018 сборник статей XV Международного научно-исследовательского конкурса. — 2018. — С. 103–107.

Сущность и этапы применения технологии прелиминаринг

Демененко Инна Арамовна, кандидат социологических наук, старший преподаватель;

Анисимова Анастасия Сергеевна, студент магистратуры

Белгородский государственный технологический университет имени В. Г. Шухова

В статье авторы пытаются определить преимущества использования технологии прелиминаринг в рекрутинге.

Ключевые слова: рекрутинг, управление персоналом, прелиминаринг.

Во многих компаниях специалисты HR-служб выбирают те методы подбора персонала, которые применимы в условиях компании на современном этапе развития. Для того чтобы решение специалистов было верным и обоснованным, им необходимо владеть всем набором приемов и инструментов, позволяющим подобрать профессиональных и успешных сотрудников. К таким методам можно отнести прелиминаринг, этот метод можно считать одним из наиболее перспективных, но при этом он является и весьма трудоемким.

Прелиминаринг является наилучшим способом обновления устоявшегося коллектива и способствует подобрать в компанию целеустремленных молодых сотрудников, а ведь именно от них зависит успешность и процветание компании в будущем.

Preliminarying (прелиминаринг) — привлечение к работе посредством производственной практики и стажировки перспективных молодых специалистов (студентов и выпускников вузов), которые будут способствовать устранению дефицита кадров компании и станут залогом успеха в будущем [1, 84].

Прелиминаринг как технология по подбору персонала на российском рынке только начинает принимать свои обороты, тогда как в Европе данная технология уже давно является одной из обязательных задач специалистов по подбору персонала, а так же закрепляется в списке услуг рекрутинговых агентств. В большинстве японских компаний прелиминаринг давно уже стал причиной их стабильности и устойчивости.

В стране восходящего солнца работодатели привлекают в ряды своих специалистов лучших выпускников вузов и обеспечивают им «пожизненное» трудоустройство. Для молодых сотрудников такая система трудоустройства является своеобразной гарантией карьерного роста и финансовой стабильности на долгое время, а для работодателя она позволяет избавиться от такой проблемы как текучесть кадров [6, 112].

Можно выделить следующие преимущества прелиминаринга для компании:

- сокращение издержек на поиск и адаптацию сотрудников;
- омоложение штата компании;
- позволяет за короткое время взрастить лояльных преданных сотрудников;
- стажирующиеся студенты позволяют частично разгрузить персонал;

- улучшение климата в компании (сотрудники в качестве наставников начинают осознавать свою значимость);
- выпускники проще принимают новые технологии, и охотно делятся с остальными сотрудниками;
- сотрудничество с государственными ВУЗами, улучшение ситуации на рынке труда. [4, 110].

В прелиминаринге, как и при любом другом методе рекрутинга, кроме своих преимуществ, существует также ряд недостатков, к ним можно отнести:

- необходимость учитывать потребность молодых специалистов в гибком графике, атмосферной компании и др.;
- выпускники ВУЗа не имеют стажа работы по специальности;
- требует детализировано выстроенной стратегии;
- затрата времени специалистов компании на обучение и контроль практикантов.

При применении такого метода подбора персонала как прелиминаринг для работодателя и для кандидатов желательно составить профессиограмму, которая будет служить определенной положением, инструкцией о подборе и будет состоять из нескольких разделов.

Раздел первый должен состоять из описания характеристик и значений задач фирмы в перспективе. Второй раздел следует посвятить более глубокому изучению профессии, указать особенности трудового процесса, описать специфику, объем работ, требования к кандидату и его ответственность. В третьем разделе целесообразно рассмотреть психологические аспекты профессии, т. е. рассмотреть требования к надежности кандидата, типичные ошибки, требования к уровню внимания, четкости и темпа при работе. В заключительном разделе необходимо уделить внимание к совокупности качеств, которыми должен обладать кандидат, как к личным так и к профессиональным. [5, 29].

Процесс прелиминаринга можно условно поделить на 9 этапов, но не всегда руководители придерживаются всех пунктов, некоторые упрощают эту процедуру.

Таким образом, можно сказать, что прелиминаринг является одним из методов рекрутинга, в котором подбор персонала осуществляется среди студентов. Для того чтобы стать сотрудниками компании, они проходят целый ряд мероприятий, направленных на выявление более подходящей кандидатуры для компании.

Прелеминаринг требует от компании детализированной стратегии по обучению и адаптации студентов, но при этом, он помогает выстроить нерушимый кадровый фундамент, а так же позволяет сократить затраты на поиск и адаптацию персонала.

№	Наименование этапа	Перечень необходимых мероприятий
1	Информирование об открытых вакансиях	Размещение информации на общеобразовательных порталах, группах в социальных сетях, на сайте компании. Необходимо договориться с подходящими по профилю учреждениями о размещении вакансий для учащихся
2	Презентация компании	Провести день открытых дверей в компании, ознакомить выпускников с политикой компании, родом деятельности, местом на рынке, перспективами развития и т. п. Можно провести тематический форум, конференцию или флэш-моб
3	Рекрутинг молодых специалистов	Поиск и отбор наиболее подходящих студентов последних курсов для работы или прохождения производственной практики на предприятии заказчика, сбор и обработка информации о кандидатах
4	Конкурс среди студентов	Работа со студентами и организация среди них всевозможных конкурсов для выявления лучших, проверки теоретических знаний и практической подготовленности, а также — тесты, анкетирование и бизнес-планы
5	Оценка качеств и составление «портрета» работника	Сравнение реальных качеств кандидатов с требованиями должности
6	Составление топ — листа	Составление списка лучших студентов определенного факультета целевых вузов
7	Стажировка в компании	Проверка адаптации и работы студентов в учебный период
8	Совместные мероприятия	Организация проведения совместных мероприятий для непосредственного общения работодателей и студентов — ярмарка вакансий, день карьеры, бал выпускников и т. п.
9	Выбор кандидата	Утверждение кандидата на должность, подписание договора

Литература:

1. Гаврилов, Д. В. Инновационные технологии в кадровом менеджменте [Текст] / Д. В. Гаврилов, Э. В. Бардасова // Вестник Казанского технологического университета. — 2017. — Т. 16. — № 3. — 270 с.
2. Долгова, С. А. Управление персоналом как эффективный инструмент развития бизнеса. [Текст] / С. А. Долгова, А. М. Коршунова // Научный альманах. — 2017. — № 2. — С. 98.
3. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация. [Текст] / А. Я. Кибанов — М.: ИНФРА-М, 2016. — 301 с.
4. Крымчанинова, М. В. Методы оценки персонала современной организации: Учебное пособие [Текст] / М. В. Крымчанинова. — М.: Изд-во РАГС, 2017. — С. 96–112.
5. Магура, М. И. Современные персонал-технологии. [Текст] / М. И. Магура, М. Б. Курбатова // ООО «Журнал «Управление персоналом», 2016. — № 3. — С. 89.
6. Мелихов, Ю. Е. Управление персоналом: портфель надежных технологий: Учебно-практическое пособие. [Текст] / Ю. Е. Мелихов, П. А. Малуев. — М.: Дашков и К, 2015. — 344 с.
7. Мескон, М. А. Основы менеджмента. [Текст] / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. — М.: Изд-во Вильямс, 2015. — С. 672–689.
8. Попазова, О. А. Молодькова Э. Б. Организация научно-исследовательской деятельности в области управления персоналом: Учебное пособие. [Текст] / О. А. Попазова — СПб.: Изд-во «Инфо-Да», 2017. — 64 с.

Повышение эффективности и прозрачности деятельности Контрольно-счетной палаты Администрации ГО «Город Калининград» как мера предотвращения нецелевого использования бюджетных денежных средств

Еременко Павел Владимирович, студент магистратуры

Калининградский филиал Московского финансово-юридического университета МФЮА

Ст. 28 БК РФ определен принцип адресности и целевого характера бюджетных средств, который предполагает выделение этих средств в распоряжение конкретных получателей с указанием цели их использования. В городском округе «Город Калининград» органом, осуществляющим проверку использования средств бюджета является Контрольно-счетная палата Администрации ГО «Город Калининград». В целях предотвращения нецелевого расходования бюджетных денежных средств и повышения эффективности и прозрачности деятельности Контрольно-счетной палаты Администрации ГО «Город Калининград» вносится предложение о размещении в открытом доступе материалов антикоррупционных экспертиз в отношении проектов соглашений, заключаемых Администрацией ГО «Город Калининград» и являющихся основанием для оплаты денежных обязательств за счет бюджетных денежных средств.

Ключевые слова: бюджетный кодекс, Контрольно-счетная палата, бюджетные правоотношения, эффективность использования бюджетных средств.

Бюджетным кодексом РФ [1] регулируются правоотношения между субъектами этих правоотношений в процессе формирования доходов и осуществления расходов бюджетов бюджетной системы РФ, осуществления государственных и муниципальных заимствований, регулирования государственного и муниципального долга; составлении рассмотрения проектов бюджета бюджетной системы РФ, утверждения и исполнения бюджетов бюджетной системы РФ, контроля за их исполнением, осуществления бюджетного учета, составления, рассмотрения и утверждения бюджетной отчетности (ст. 1 БК РФ).

Порядок целевого использования бюджетных денежных средств установлен ст. 38 Бюджетного кодекса РФ, письмом Минфина РФ от 22.05.2016 г. № 02–01–17/2980.

Согласно ст. 9 Федерального закона «Об общих принципах организации и деятельности контрольно-счетных органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований» [2], ст. 7 Положения «О контрольно-счетной палате городского округа «Город Калининград» [3] органом, осуществляющим проверку использования средств бюджета является Контрольно-счетная палата Администрации ГО «Город Калининград».

К компетенции Контрольно-счетной палаты Администрации ГО «Город Калининград» относятся:

Контроль за соблюдением получателем денежных средств, перечисленных на основании платежного поручения, условий, целей и порядка, установленных при их предоставлении в соответствии с п. 10 ст. 158 Бюджетного кодекса РФ;

Контроль за исполнением бюджета субъекта Российской Федерации, в том числе — контроль за операциями со средствами соответствующих бюджетов в объеме имеющихся полномочий применительно к средствам федерального бюджета в соответствии со ст. 168 БК РФ;

Осуществление контроля соблюдения порядка выделения, предоставления и распределения субсидии, в соответствии с абз. 1 п. 3 ст. 139 БК РФ в целях софинансирования

расходных обязательств, возникающих при выполнении полномочий органов местного самоуправления по вопросам местного значения (в соответствии с Письмом Минфина России от 18.07.2019 N 06–04–12/53498) [4];

Осуществление экспертизы проекта закона о бюджетах субъекта Российской Федерации в части выделения бюджетных денежных средств субсидии в соответствии с п. п. «б» п. 1 ст. 26.3–3 Федерального закона от 06.10.1999 N 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» [5];

Осуществление внешней проверки годового отчета об исполнении бюджета субъекта Российской Федерации в части формирования, предоставления и распределения бюджетных денежных средств субсидии (в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 30.09.2014 N 999 [6];

Мероприятия по организации и осуществлению контроля за законностью, результативностью (эффективностью и экономностью) использования средств бюджета субъекта Российской Федерации в части использования целевых бюджетных денежных средств субсидии;

Оценка эффективности предоставления налоговых и иных льгот и преимуществ, и обеспечения исполнения обязательств по сделкам, совершаемых Администрацией ГО «Город Калининград» за счет средств бюджета субъекта Российской Федерации;

Проведение финансово-экономической экспертизы в части, касающейся расходных обязательств субъекта Российской Федерации по выделению бюджетных денежных средств с указанием источника возникновения данного расходного обязательства в соответствии со ст. 85 БК РФ;

Проведение контрольных проверок законности, результативности (эффективности и экономности) использования целевых бюджетных денежных средств субсидии, а также проведение внешней проверки бюджетной отчетности глав-

ного администратора бюджетных средств соответствующего бюджета и материалы заключения на годовой отчет об исполнении бюджета в указанной части (в соответствии со ст. 264.4 БК РФ).

Предоставление материалов проверки в ходе исполнения бюджета субъекта Российской Федерации, о результатах проведенных контрольных и экспертно-аналитических мероприятий в части бюджетных денежных средств субсидии в законодательный (представительный) орган государственной власти субъекта Российской Федерации и высшему должностному лицу субъекта Российской Федерации (руководителю высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации);

Закрепление за соответствующим структурным подразделением УФК функций по осуществлению в установленном порядке кассового обслуживания исполнения бюджета субъекта Российской Федерации (местных бюджетов) в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации, нормативными правовыми актами и законами (решениями) о бюджете субъекта Российской Федерации (местных бюджетов) в части платежных поручений (в соот-

ветствии с «Письмом Казначейства России от 08.12.2014 N 42–7.4–05/6.3–743 [7].

Согласно ст. 306.4 Бюджетного кодекса нецелевым использованием бюджетных средств признаются направление средств бюджета бюджетной системы Российской Федерации и оплата денежных обязательств в целях, не соответствующих полностью или частично целям, определенным законом (решением) о бюджете, сводной бюджетной росписью, бюджетной росписью, бюджетной сметой, договором (соглашением) либо иным документом, являющимся правовым основанием предоставления указанных средств.

В целях предотвращения нецелевого расходования бюджетных денежных средств и повышения эффективности и прозрачности деятельности Контрольно-счетной палаты Администрации ГО «Город Калининград», а также в целях защиты неопределенного круга лиц, предлагаю размещать в открытом доступе материалы антикоррупционных экспертиз в отношении проектов соглашений, заключаемых Администрацией ГО «Город Калининград» и являющихся основанием для оплаты денежных обязательств за счет бюджетных денежных средств.

Литература:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 27.12.2019)
2. Федеральный закон «Об общих принципах организации и деятельности контрольно-счетных органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований» от 07.02.2011 N 6-ФЗ
3. Положение «О контрольно-счетной палате городского округа «Город Калининград» (Приложение к Решению городского Совета депутатов Калининграда от 17 декабря 2014 года N 443)
4. Письмо Минфина России от 18.07.2019 N 06–04–12/53498 «По вопросам предоставления из бюджета субъекта РФ субсидий местным бюджетам»
5. Федеральный закон от 06.10.1999 N 184-ФЗ (ред. от 27.12.2019) «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации».
6. Постановление Правительства РФ от 30.09.2014 N 999 (ред. от 26.12.2019) «О формировании, предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации» (вместе с «Правилами формирования, предоставления и распределения субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации»)
7. Письмо Казначейства России от 08.12.2014 N 42–7.4–05/6.3–743 «О направлении рекомендаций по целесообразности проведения проверок, применению видов проверок».

Кадровый резерв организации

Ермилов Степан Игоревич, магистр;

Биглова Альфия Анваровна, кандидат экономических наук, доцент

Уфимский государственный авиационный технический университет

В данной научной статье представлены основные определения кадрового состава с точки зрения отечественных и зарубежных авторов научной литературы, выделены цели и задачи формирования кадрового резерва компании. Также в работе предложены новейшие методы обучения и развития кадрового резерва, которые найдут применение в современных компаниях. Практическая новизна научной работы заключается в разделении данных методов в разрезе применения к различным категориям персонала с целью удобства использования.

Ключевые слова: кадровый резерв, целевое назначение, задачи кадрового резерва, основополагающие принципы, личностные качества, методы обучения и развития кадрового резерва.

Введение

На современном этапе развития экономики для любой компании актуальной задачей становится применение инновационных, более эффективных методов подготовки и развития кадрового резерва. Ведь с каждым годом возрастает уровень требований к квалификационной подготовке как основных кадров, так и кадрового резерва. Как правило руководительский состав и специалисты подразделений составляют ключевой ресурс в системе управления организацией, от которого напрямую зависит эффективность деятельности, перспективы роста и постоянного развития [4].

Понятие «кадровый резерв» в общем смысле — это особая группа специалистов (работников), в деятельности которых был определен некий потенциал для дальнейшего профессионального продвижения по карьерной лестнице посредством замещения вакантных должностей, чаще управляющего уровня. Группа лиц, попавших в «кадровый резерв», непременно должны положительно зарекомендовать себя на занимаемых должностях, обладать деловой хваткой, морально-этическими качествами и пройти необходимую процедуру подготовки для дальнейшей возможности замещения вакантных должностей [6].

Стоит отметить, что в литературе отечественных авторов, таких как А. Я. Кибанов, В. В. Травин, М. А. Коргова, зачисление в «кадровый резерв» в большей степени рассматривается в качестве задачи самого сотрудника с целью собственного продвижения, достижения больших успехов в карьере. В свою очередь зарубежные авторы, к примеру М. Армстронг, чаще рассматривают процесс организации кадрового резерва в качестве гарантии, что у компании имеются специалисты, которые смогут удовлетворять ее будущие потребности [1].

Современный подход многих компаний базируется на заинтересованности в содействии профессионального роста своих сотрудников на каждой ступени карьерной лестницы, преследуя свои прямые цели — повышение эффективности и прибыльности деятельности.

Прежде чем осуществлять процедуру создания кадрового резерва, необходимо:

- определить приоритетные направления с целью которых организуется кадровый резерв;
- рассчитать необходимое число резервистов в перспективе до пяти лет;
- выявить, будет ли обеспечено необходимое количество резервистов, соответствующих выставленным требованиям к выдвижению на каждую должность [2].

Наиболее значимым критерием, определяющим выбор специалистов в кадровый резерв, является учет набора основных качества, которые должны быть присущи хорошему специалисту:

- уровень развития компетенции — в аспекте возрастной категории и уровня образования;
- профессиональная подготовка — стаж работы, умение самостоятельно принимать ключевые решения и реализовать их на практике, успешность в области проведения переговоров, обусловленная умением четко и аргументировано отстаивать выдвигаемую позицию и др.;
- личностные качества — аналитический склад мышления, гибкость ума, умение зарекомендовать себя в качестве авторитета, коммуникабельность, наличие организаторских способностей, устойчивость морального и эмоционального характера, внимательность, целеустремленность, интеллектность.
- мотивация труда — творческий подход к труду и профессиональным проблемам, ориентированность не только на получение личной прибыли, но и работа на общую перспективу компании, готовность к проблемам на социальном уровне в интересах дела и работников, принятие политики рисков, если они будут обоснованы.

Сам процесс подготовки резервных кадров на замещение руководящих должностей обусловлен формированием целей, принципов и задач создания кадрового резерва. Рассмотрим ключевые моменты данного процесса.

Цели создания кадрового резерва должны соответствовать интересам как руководства компании, так и его сотрудников (см. рис. 1).

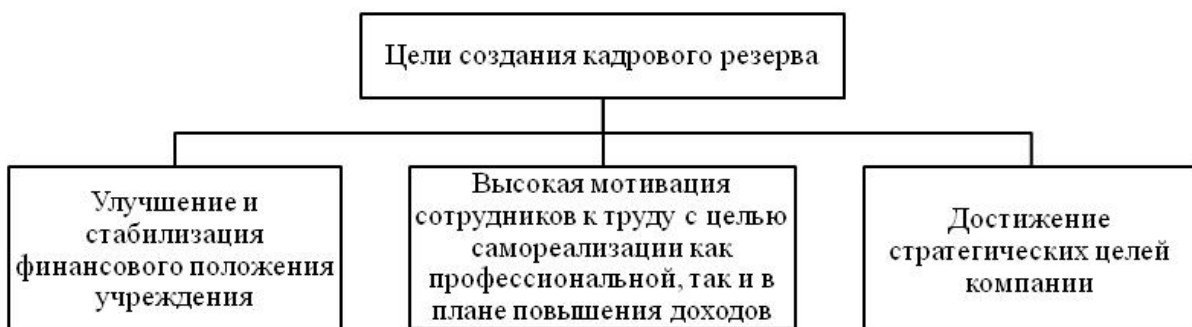


Рис. 1. Целевое назначение кадрового резерва [3]

Формирование кадрового резерва невозможно без решения задач, возникающих на базе поставленных целей (см. рис. 2).

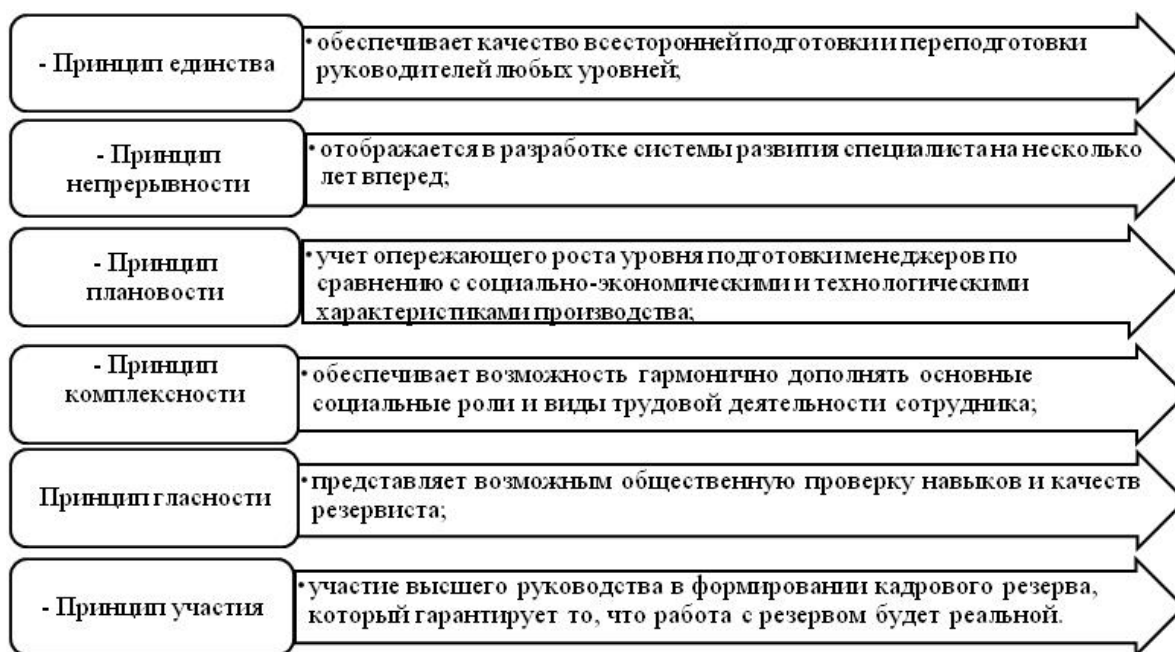


Рис. 2. Задачи формирования кадрового резерва [3]

В рамках исследования в данной статье нами будут предложены современные методы обучения и развития кадрового резерва (см. Табл. 1), которые еще не нашли широкого

применения в работе российских компаний, но являются практико-ориентированными и многофункциональными методиками.

Таблица 1. Современные методы обучения и развития кадрового резерва

Наименование	Описание
Коучинг (Coaching)	Данная система реализует потенциала в сфере социализации, личностного и творческого развития участников данного процесса в целях максимизации эффекта конечного результата. Целью данной методики для применения в компаниях является содействие в принятии сотрудником самостоятельных решений в возникшей проблемной ситуации. В процессе развития управленческого кадрового резерва применяется индивидуальный либо групповой коучинг.
Менторинг (Mentoring)	Осуществление передачи систематических знаний и навыков, лучших вариантов решений ментором группе обучающихся. Цель — подвести специалиста к такому уровню профессионального мастерства, в котором он будет в состоянии ответственно и самостоятельно выполнять сложные задачи.
Супервизия (Supervision)	Консультирование на профессиональном уровне. Супервизию рекомендуется применять для работы со специалистами, нацеленными на получение обратной связи в области своей работы, понять типологию ошибок и получить развернутые ответы на интересующие вопросы, определиться с возможными точками роста. Такой метод по праву считается подразделом консультирования, только с уклоном на совершенствование профессиональных компетенций и личностного развития специалиста.
Метод «быть тенью» (Shadowing)	Специалист, проходящий обучение становится как бы «тенью» более компетентного сотрудника в условиях рабочей обстановки, следует за ним, словно тень на протяжении одного или трех рабочих дней. Цель метода — неотрывное наблюдение за успешной моделью поведения профессионала.
Обучение действием	Анализ обучающимся процесса решения реальных задач в компании, не достаточно понятных в ходе теоретического обоснования.

Нами были проранжированы данные методики и разделены в соответствии с возможностями обучения подразделений персонала в среднестатистической компании (Табл. 2).

Таблица 2. Применения методов обучения и развития кадрового резерва по категориям персонала

Название метода	Категории персонала
Коучинг	Управленческий кадровый резерв
Менторинг	Управленческий кадровый резерв; Кадровый резерв средних менеджеров
Супервизия	Управленческий кадровый резерв
Метод «быть тенью»	Молодежный кадровый резерв
Обучение действием	Кадровый резерв средних менеджеров; Молодежный кадровый резерв

Источник: собственная разработка автора

Таким образом методическое обеспечение профессиональной подготовки кадров для резерва должно представлять спектр различных форм обучения с целью индивидуализации подхода к каждому конкретному претенденту. Учет уровня компетентности того или иного специалиста, его эмоционально-психологическая готовность к работе играют важную роль при выборе метода обучения и развития в рамках участия в резервном фонде. Предложенные методики могут применяться в компаниях любого уровня деятельности и отраслевой направленности в зависимости от специфики деятельности. Рекомендации распределительного характера по уровням применения методов развития кадрового резерва будут полезны для директоров организаций, руководителей службы персонала, начальников и специалистов отдела по работе с кадровым резервом.

Заключение

Кадровый резерв можно считать эффективным в качестве реального инструмента управления только когда

он идеально адаптирован под единую кадровую политику компании на всех стадиях стратегического формирования и развития организации. Представленные нами методики обучения и развития кадрового резерва были адаптированы в соответствии с категориями персонала. Обусловлено это тем, что на современном этапе многие организации имеют сложную разветвленную организационную структуру и управляющие подразделения могут делиться по многочисленным иерархическим уровням, имея множество управляющих должностей.

Учет особенностей уровня развития профессионального и психологического характера, на котором находится участник кадрового резерва, имеет важное значение для выбора метода его обучения. Поэтому для компаний, «идуших в ногу» со временем становится актуальным организовать систему обучения и развития будущих руководителей и специалистов высшего звена с учетом их профессионального уровня.

Литература:

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг, С. Тейлор. — 14-е изд. — Питер, 2018 г. — 1040 с.
2. Архипова Т.А. Направления и этапы работы с кадровым резервом // Молодой ученый. — 2017. — № 49. — С. 157–161. — URL <https://moluch.ru/archive/183/46855/> (дата обращения: 15.01.2020).
3. Архипова Т.А. Основные понятия, цели, задачи и принципы формирования кадрового резерва предприятия // Молодой ученый. — 2017. — № 49. — С. 161–163. — URL <https://moluch.ru/archive/183/46856/> (дата обращения: 15.01.2020).
4. Ассессоров П. С. Формирование кадрового резерва компании как стратегическая задача / П. С. Ассессоров, Е. Н. Картушина // Социально-экономические явления и процессы. — 2013. — № 5. — С. 31–34.
5. Гапоненко, А.Л. Теория управления: учебник и практикум для академического бакалавриата / А.Л. Гапоненко, М.В. Савельева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 336 с.
6. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации: Практикум: Учебное пособие/Кибанов А.Я., 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015. — 365 с.

Анализ рентабельности предприятия

Зыкова Наталья Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент;

Резниченко Мария Сергеевна, студент

Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

В сложившихся на сегодняшний день рыночных отношениях рентабельность предприятия является основным критерием для оценки эффективности его финансово-хозяйственной деятельности, чем и объясняется актуальность данной статьи. В статье изучена роль рентабельности в деятельности предприятия, основные факторы, влияющие на ее динамику, а также рассмотрены основные показатели рентабельности.

Ключевые слова: рентабельность, прибыль, показатели, эффективность деятельности организации.

Особую роль в анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия играют показатели рентабельности. На практике они также называются показателями доходности, прибыльности либо эффективности деятельности организации. Следовательно, благодаря таким показателям можно дать оценку об эффективности функционирования предприятия.

Основная ценность показателей рентабельности — полнота характеристики конечных результатов деятельности хозяйствующих субъектов, нежели это может дать прибыль. Связано это с тем, что они представляют собой отношение полученных результатов к вложенному капиталу или привлеченным ресурсам [4].

Для оценки рентабельности предприятия могут быть использованы следующие показатели:

- показатель рентабельности продаж (маржа). Данный показатель дает представление о том насколько выгодно производить тот или иной вид продукции;
- показатель рентабельности активов. Суть данного показателя проявляется в анализе эффективности использования активов и кредитоспособности организации;
- показатели рентабельности собственного капитала. Данный показатель дает представление об инвестиционной привлекательности организации [1].

Для расчета всех этих показателей используются данные о прибыли от продаж продукции и чистой прибыли. Использование чистой прибыли в данном случае связано с тем, что она является конечным результатом деятельности предприятия [2].

Рентабельность является качественным показателем, поэтому рассчитывается как коэффициент, а при умножении на 100 показывает процентное соотношение.

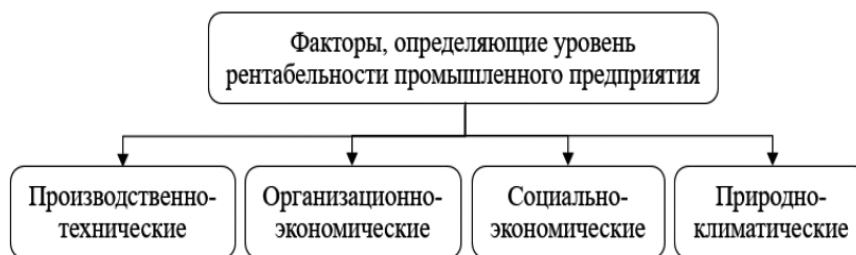
Кроме того, применение показателей рентабельности характерно для анализа тенденций, которое рассчитывается соотношением прибыли за текущий период к аналогичному периоду прошлых лет [3].

Уровень рентабельность находится под воздействием большого числа внешних и внутренних факторов.

В качестве внешних факторов могут быть рассмотрены те, которые не имеют прямого воздействия на деятельность организации, рынок или ее географическое положение.

Что касается внутренних факторов, то в эту группу относятся факторы, связанные с основным видом деятельности предприятия (производственные), а также непроизводственные, не имеющие отношения к самому процессу производства, но влияющие на него (рис. 1).

Рассматривая факторы, определяющие уровень рентабельности предприятия, также стоит отметить и основные причины, по которым происходит снижение рентабельности субъекта:



- снижение прибыльности продаж;
- сокращение объемов продаж;
- отсутствие новых технологий и нового оборудования и т. п.

Предлагая тот или иной способ повышения показателей рентабельности, стоит помнить, что он находится в прямой зависимости от повышения прибыльности предприятия. Исходя из этого, можно выделить наиболее распространенные пути повышения рентабельности:

- 1) сократить производственные затраты при условии повышения производительности труда;
- 2) обзавестись новым более технологичным оборудованием;
- 3) выпускать продукцию повышенного качества;
- 4) добиться сокращения непроизводственных расходов, брака на производстве за счет применения автоматизированной системы;

5) расширить рынок сбыта продукции, достижение которого является результатом снижения цен на реализуемую продукцию.

За счет предложенных путей предприятие повысит не только свою прибыль и рентабельность, но и улучшит свое финансовую устойчивость на рынке, достигнет высокого уровня платежеспособности и станет динамично развивающимся.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод, что показатели рентабельности играют особую роль в оценке финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Если прибыль — абсолютный результат деятельности, то рентабельность позволяет дать более обобщенное представление об эффективности хозяйственной деятельности по отношению к прибыли. Благодаря показателям рентабельности можно дать подробную характеристику конечных результатов деятельности хозяйствующих субъектов.

Литература:

1. Долгая, М. В., Калинин, Д. Д. Прибыль и рентабельность предприятия: сущность, показатели и пути повышения // Бенефициар. — 2017. — № 16. — С. 3–5.
2. Жилкина А. Н. Финансовый анализ: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Н. Жилкина. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 285 с.
3. Казакова Н. А. Финансовый анализ: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Казакова. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 470 с.
4. Утибаев Б. С., Байдакова А. К., Ахметова Д. Т., Утибаева Г. Б., Жунусова Р. М. Особенности оценки деятельности сельскохозяйственных предприятий по показателю рентабельности // Статистика, учет и аудит. — 2017. — № 3 (66). — С. 154–164.
5. Трящина, Н. Ю. Анализ операционного риска в организациях АПК / Н. Ю. Трящина // Бухучет в сельском хозяйстве. — 2015. — № 8. — С. 53–58.

Оценка экономического потенциала ОАО «Завод бурового оборудования» на основе анализа показателей структуры и движения основных средств

Ивачева Анна Юрьевна, студент магистратуры
Оренбургский государственный университет

В статье автор пытается проанализировать показатели основных средств и оценить экономический потенциал предприятия.

Ключевые слова: основные средства, анализ, экономический потенциал.

Доступность и уровень использования основных средств являются базовым ресурсом, который оказывает значительное влияние на экономический потенциал.

Основные средства — это средства труда, которые участвуют в процессе производства, но сохраняют свою естественную форму. К ним относятся фонды со сроком службы более одного года и стоимостью более 100 минимальных ежемесячных заработных плат.

Для анализа показателей структуры и движения основных средств разработано большое количество методологий, которые сводятся к одной задаче — проанализировать и повысить эффективность использования основных средств, тем самым улучшив экономический потенциал предприятия.

Методические подходы оценки экономического потенциала на основе анализа показателей структуры и движения основных средств предлагает Г. В. Шадрин [5]. Дан-

ный автор ставит такие задачи, как выявление обеспечения предприятия основными средствами, изучение структуры и динамики основных средств, определение уровня использования основных средств.

Также рассмотрим методический подход к анализу, предложенный А. В. Бальжиновым и Е. В. Михеевой [1]. Стоит отметить, что задачи анализа совпадают с целями рассмотренными выше. К числу основных задач авторы относят: оценку эффективности основных средств, повышение эффективности использования основных средств, изучение технического состояния предприятия и основных производственных фондов.

Проведем анализ структуры, состава и эффективности использования основных средств ОАО «Завод бурового оборудования» в двух годах: 2017 г. — базисный, 2018 г. — анализируемый.

Таблица 1. Анализ состава основных средств предприятия

Вид основных средств	2017 год	2018 год	Выбытие	Наличие на конец года	Наличие на начало года
	Наличие на начало года	Поступление			
Здания	23502	0	0	23502	23502
Сооружения и передаточные устройства	3300	0	0	3300	3300
Машины и оборудование	149572	84472	556	233487	233487
Транспортные средства	15272	3361	335	18298	18298
Производственный и хозяйственный инвентарь	2420	604	3	3021	3021
Земельные участки	3994	0	0	3994	3994
Итого	198060	88437	894	285602	285602

Таблица 2. Анализ структуры основных средств по состоянию на конец года

Вид основных средств	2017 год	2018 год	Изменения (+; -)	Удельный вес, %	Сумма, тыс.руб
	Сумма, тыс.руб	Удельный вес, %	Сумма, тыс.руб		
Здания	23502	8,23	-	-	-23502
Сооружения и передаточные устройства	3300	1,16	-	-	-3300
Машины и оборудование	233487	81,75	556	62,19	-232931
Транспортные средства	18298	6,41	335	37,47	-17963
Производственный и хозяйственный инвентарь	3021	1,06	3	0,34	-3018
Земельные участки	3994	1,39	-	-	-3994
Итого	285602	100	894	100	-284708

Рассчитаем коэффициент обновления. Коэффициент обновления — это стоимость основных средств на конец периода или стоимость поступивших основных средств.

$$K_{обн} \text{ на } 2017 \text{ г.} = 88437/285602 = 0,309;$$

$$K_{обн} \text{ на } 2018 \text{ г.} = 42401/894 = 47,428$$

Произведем расчет срока обновления основных средств (стоимости основных средств на начало периода /стоимости поступивших основных средств).

$$T_{обн} \text{ на } 2017 \text{ г.} = 198060/88437 = 2,239;$$

$$T_{обн} \text{ на } 2018 \text{ г.} = 285602/42401 = 6,736$$

Коэффициент выбытия — стоимость выбывших основных средств/стоимость основных средств на начало периода

$$K_{в} \text{ на } 2017 \text{ г.} = 894/198060 = 0,005;$$

$$K_{в} \text{ на } 2018 \text{ г.} = 14638/285602 = 0,051$$

Таблица 3. Анализ движения основных средств

Показатель	Уровень показателя		Изменения
	2017 год	2018 год	
Коэффициент обновления	0,309	47,428	+47,119
Срок обновления основных средств, лет	2,239	6,736	+4,497
Коэффициент выбытия	0,005	0,051	+0,046

На основании анализа показателей структуры и движения основных средств можно сделать вывод, что техническое состояние предприятия ухудшилось из-за неинтенсивного обновления основных средств. Можно также сказать, что доля оставленных в рассматриваемый период основных средств из-за износа не повлияла на техническое состояние основных средств. Следует отметить, что скорость обновления намного выше, чем скорость обновления, что свидетельствует о наличии технического перевооружения предприятия, соответственно, оценивается положи-

тельно. Кроме того, скорость обновления больше единицы, что указывает на интерес компании к обновлению производственной базы [1].

Таким образом, анализ показал положительные результаты оценки организации в области технического перевооружения предприятия и отрицательные результаты оценки обновления основных средств. ООО «Завод бурового оборудования» является достаточно доходным и устойчивым предприятием, которое развивается, соответственно экономический потенциал организации растет.

Литература:

1. Бальжинов А. В., Михеева Е. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. — ВСГТУ, 2016. — 119 с.
2. Быкардов, Л. В. Финансово-экономическое состояние предприятия: Практическое пособие. — М.: ПРИОР, 2015. — 254 с.
3. Воронина В. М., Федорищева О. В. Экономические показатели деятельности промышленного предприятия и пути их улучшения: прикладные аспекты, формирование рыночного хозяйства, теория и практика // . — Оренбург: «Университет», 2015. — С. 39–44.
4. Чмышенко Е. В. Стратегическое планирование как фактор регионального развития // Вестник Оренбургского государственного университета. — Оренбург., 2016. — С. 77–82.
5. Шадрин Г. В. Экономический анализ. — М.: Юрайт, 2016. — 515 с.

Особенности налогообложения коммерческих банков

Ильина Ирина Александровна, студент магистратуры

Саратовский социально-экономический институт (филиал) Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова

В данной статье рассмотрены вопросы по уплате налогов банками, механизма урегулирования работы банков, а также изучаются отношения банков с налоговыми организациями.

Ключевые слова: система налогообложения, коммерческий банк, экономика, налоги.

На современном этапе экономика приобрела сильно выраженную рыночную направленность, и именно банковская система является основным элементом структуры отношений экономического характера. Коммерческие банки в налоговой системе Российской Федерации являются одними из самых крупных инвесторов в экономическую систему нашей страны. На данный момент, в условиях экономического спада проявляется упадок финансовой активности, стабильности и прибыльности банков — данный факт говорит об усилении внимания, а именно мониторинге экономических отношений, которые связаны не только лишь с коммерческими банками, но и самим государством. Именно поэтому, вопрос о проведении оптимизации уплаты налогов коммерческими банками на сегодняшний день является актуальным.

Как известно, банк может иметь три направленности в своей деятельности:

- выступать в качестве самостоятельного налогоплательщика;
- выступать в качестве налогового агента;
- выступать в качестве связующего звена между налогоплательщиком и государством.

Исходя из того, что банк является налогоплательщиком, следует то, что он в обязательном порядке ведет налоговый учет расходов и доходов, занося все виды операций и сделок в журнал аналитического учета, согласно правилам ведения налогового учета. Данный вид учета отражает каждую сделку и операцию, который осуществил банк. К ним относят: продажу и покупку драгоценных металлов и камней, сделки хозяйственной направленности, долговые обещания и другие банковские операции и сделки. Также сле-

дует отметить, что при аналитическом учете прописывается дата, количество, стоимость, качество и иные данные, которые необходимы при данном учете. [5].

Для проведения параллели, то есть сравнительного анализа коммерческой деятельности банков России, стоит взять для примера коммерческую деятельность банков Соединенных Штатов Америки. Налогообложение и налоги в Америке сильно отличаются от налоговой системы в РФ. В качестве примера, можно привести ставку для банка и корпораций — она одинакова. В американской системе налогообложения добавленная стоимость, производственные налоги и потребительские налоги отходят на задний план, основным элементом учета является доход [2].

Для того, чтобы рассмотреть особенности, которые присущи системе налогообложения коммерческого и национального банка, нужно рассмотреть схему налогов, которыми уплачивают корпорации.

Схема системы уплаты налогов корпорацией:

1. Определяем уровень доходов;
2. Находим разницу между суммой общего дохода корпорации и дохода, который не подвергается налогообложению;
3. Проводим налоговые расчеты с целью определения налога на чистый доход по определенной ставке налога.

Перечислим основные налоги, которые уплачивают коммерческие банки:

- 1) Налог на доходы физических лиц;
- 2) Налог на прибыль организации;
- 3) Налог на имущество организации;
- 4) Налог на добавленную стоимость;
- 5) Другие виды налогов.

Важным является тот факт, что банк может уклониться от одной из своих обязанностей, а именно ведение раздельного учета НДС, которые уплачиваются поставщиками, при приобретении товаров, услуг или работ, используя пункт 5 статьи 170 Налогового Кодекса РФ. В этом случае банк включает затраты, при исчислении налога на прибыль организации принимаемые к вычету НДС, которые уплачены поставщиками по приобретенным товарам, услугам или работам. Как итог, полученная ими сумма НДС по совершенным операциям, облагается налогом и поделят уплате в бюджет [1].

Порядок исчисления и сроков уплаты налогов:

- Квартал — налоговый период;
- Сумма налога, которая подлежит уплате в бюджет, исчисляется по итогам каждого налогового периода (квартала);
- Просчитывается как общая сумма налога, которая уменьшается на сумму налоговых вычетов.

Приобретая на территории России товары, услуги или работы у иностранных представителей, не являющихся налогоплательщиками и не состоящих на учете в налоговых органах, то коммерческий банк является налоговым агентом, который обязан удержать, исчислить НДС у иностранной организации.

Коммерческий банк, может выступать налоговым агентом, еще в одном случае — арендуя у органов государственной власти и органов местного самоуправления федеральные активы и городской актив. Как итог, сумма НДС просчитывается банком, как сумма арендной платы с учетом уплаты налога. Банк обязан вычесть, исчислить из прибыли, уплачиваемой арендодателю, и перевести необходимую сумму НДС в бюджет.

Налоги и сборы рассчитываются как сумма выплат и вознаграждений, которые начисляются налогоплательщиком за налоговый период в пользу физических лиц. Налогообложение исследуемого банка рассчитывается по сумме, ожидаемых возмещений к уплате в бюджет или из бюджета, в отношении налогооблагаемых прибыли и убытков, в текущий и предшествующий периоды.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 29.09.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.11.2019).
2. Александров И. М. Налоговые системы России и зарубежных стран /И. М. Александров. — М.: Бератор-Пресс, 2018.
3. Балашова И. А. Налог на прибыль организаций и перспективы его развития в России // Современные проблемы финансового регулирования и учета в агропромышленном комплексе. — 2018 — № 1. — С. 128–133.
4. Пансков В. Г. Налоги и налогообложение. — М.: Издательство Юрайт, 2019.
5. Чипуренко Е. В. Налоговая нагрузка предприятия: анализ, расчет, управление / Е. В. Чипуренко. — М.: Налоговый вестник, 2017.

Налоговая система Российской Федерации не совершенна из-за собственного налогового законодательства. «Дырами» в налоговом законодательстве пользуется большинство организаций и предприятий, и банки не исключение. Важно провести тщательную работу по устранению «пробелов» как в налоговом законодательстве, так и во всех нормативно-правовых актах и законах. Ведь здоровая банковская сфера — это важная составляющая финансового благополучия нашей страны.

Для того, чтобы достигнуть финансового благополучия и вывести экономику страны на новый уровень нужно принимать срочные меры. Во-первых, нужно установить дифференцированный расклад к налогообложению коммерческих банков. Во-вторых, целенаправленно ввести меньшую ставку налога на выгоду, если банк постоянно ориентирует прибыль не на выплату дивидендов, а на увеличение, то есть наращивание денежных средств. В-третьих, вести активную банковскую деятельность за рубежом.

Проводя оптимизацию налогообложения коммерческих банков, надо не только инициировать их на финансирование организаций реального раздела экономики, но и ограничивать их способности по уклонению от уплаты налогов и сборов. Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что роль налогового регулирования увеличивается из-за того, что необходимо принимать меры по налоговому стимулированию и сделать банковские сделки и операции труднореализуемыми или же неэффективными [4].

Малая собираемость налогов нуждается в преобразованиях в налоговом законодательстве. Улучшение налогообложения коммерческих банков станет толчком к увеличению налоговой прибыли страны, а это в свою очередь, наладит процесс совершенствования экономики страны.

Таким образом, можно сделать вывод об особенной роли банков, как субъектов налогообложения, налогов, которые они платят, так и их второстепенной роли, регламентированной законодательством. Отметим, что тема данного исследования актуальная, особенно в силу меняющегося законодательства в области налогообложения, что в свою очередь требует последовательного и внимательного изучения при ведении любой деятельности.

Экологическая политика: понятие, виды, принципы

Каранда Алексей Викторович, студент

Филиал Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова в Севастополе

В статье приведено описание этапов формирования экологической политики и выделены их ключевые особенности и принципы. Также автором были приведены несколько определений термина «экологическая политика», которые раскрывают его с разных аспектов. Кроме того, в статье приведена классификация экологической политики в зависимости от уровня её реализации. В данном исследовании представлены основные принципы глобальной и государственной экологической политики (на примере РФ).

Ключевые слова: экологическая политика, охрана окружающей среды, устойчивое развитие, Экологическая доктрина РФ.

Экологические проблемы стали объектом исследования многих общественных наук в 60-х — 70 гг. XX в. В этот же период в США зародился такой термин, как «экологическая политика». Впервые его ввёл в научный оборот американский политолог Линтон К. Колдуэлл, который также является автором первого закона, касающегося экологической политики: «Национальный закон об экологической политике» [1].

Традиционно выделяют три ключевых этапа в процессе формирования методов и идеологии экологической политики:

1. Первый этап (1970—1983 г.). Ключевыми принципами, которые господствовали на данном этапе были: «загрязнитель платит» (принцип платности для природопользователей), поддержание существующего состояния окружающей среды, блокировка загрязнения, использование технологий, которые минимизируют загрязнение окружающей среды.

2. Второй этап (1984—1989 г.). На данном этапе учёные массово привлекают внимание общественности к экологическим проблемам (истощение озонового слоя, кислотные дожди, сохранение биоразнообразия).

3. Третий этап (1990—1999 г.) характеризуется сокращением выбросов углекислого газа, увеличение доли вторичного использования сырья. На данном этапе происходит наделение широкими полномочиями органов государственной власти и местного самоуправления в сфере экологии и природопользования [2].

Существуют разные подходы к термину «экологическая политика»: это связано с тем, что данное явление появилось относительно недавно.

Одним из наиболее ёмких определений данного понятия является следующее: «Экологическая политика — это деятельность в сфере охраны и оздоровления природы, оптимального использования и восстановления природных ресурсов, обеспечения экологической безопасности для людей, установление гармоничных взаимоотношений между человеком и природой» [3].

Кроме того, существует несколько иное определение: «Экологическая политика — система мер на международном и национальном уровнях, направленная на реализацию стратегии устойчивого экологически безопасного социально-экономического развития общества» [1].

Таким образом, обобщая вышеизложенное, можно кратко определить экологическую политику, как деятельность, направленная на защиту окружающей среды и рациональное и бережное использование различных природных ресурсов [4].

Существует ряд классификаций экологической политики. В зависимости от уровня экологической политики выделяют разные типы экологической политики. Например, известный российский эколог Николай Фёдорович Реймерс выделяет глобальную и государственную экологическую политику. Однако ряд других учёных выделяют также региональную, местную и локальную экологическую политики [6]. Виды экологической политики и их краткая характеристика представлены в таблице 1.1:

Таблица 1. Виды экологической политики по уровню реализации

Вид экологической политики	Краткая характеристика
Глобальная экологическая политика	Глобальная экологическая политика включает в себя проведение различных международных мероприятий (подписание международных договоров), которые направлены на социально-экономическое развитие с учётом имеющихся природных ресурсов. Следует подчеркнуть, что в данном виде субъектами экологической политики выступают государства и крупнейшие международные организации.
Государственная экологическая политика	Представляет собой комплекс политических, экономических, юридических и иных мер, предпринимаемых государством с целью управления экологической ситуацией и обеспечения оптимального использования природных ресурсов на территории РФ. Субъектами государственной экологической политики выступают государство в лице органов государственной власти, различные группы давления, политические партии, общественные организации.

Региональная экологическая политика	Этот вид экологической политики включает в себя две ключевых составляющих: политика государства в отношении регионов и собственная экологическая политика региона. Каждый регион также имеет право проводить свою собственную экологическую политику путём принятия различных нормативно-правовых актов.
Местная экологическая политика	Она реализуется в границах различных муниципальных образований. Её субъектами могут выступать органы местного самоуправления, общественные организации, различные предприятия.
Локальная экологическая политика	Она осуществляется в рамках определённой организации. Локальная экологическая политика — это установление общих принципов и намерений организации в области её экологической эффективности.

Источник: составлено автором на основании данных [5,6]

Глобальная (международная) экологическая политика базируется на 4 ключевых принципах (таблица 1.2):

Таблица 2. Принципы глобальной экологической политики

Принцип экологической политики	Краткая характеристика
Принцип альтернативных издержек	Данный принцип заключается в том, что прибыль, которая получена вследствие использования природных ресурсов, должна превышать размер альтернативных издержек.
Принцип «загрязнитель платит»	Этот принцип стимулирует уменьшение и предотвращение загрязнений окружающей среды, включая в стоимость произведённых товаров экологические издержки.
Принцип долгосрочной перспективы	Данный принцип основан на том факте, что большая часть последствий загрязнений окружающей среды проявляется не сразу, а спустя длительный период времени.
Принцип взаимозависимости	Экологическая система состоит из множества подсистем, поэтому необходимо учитывать возможность перемещения загрязнения между ними.

Источник: составлено автором на основании данных [5].

Государственная экологическая политика базируется на принципах, которые закреплены в Экологической доктрине Российской Федерации:

1. Установление приоритета для общества жизнеобеспечивающих функций биосферы по отношению к использованию её ресурсов.

2. Устойчивое развитие, которое включает в себя одинаковое внимание экономическим, социальным и экологическим аспектам.

3. Справедливое распределение прибыли от использования ресурсов.

4. Устранение негативных экологических проблем, возникающих вследствие хозяйственной деятельности.

5. Отказ от проектов, если их последствия для окружающей среды непредсказуемые.

6. Осуществление природопользования на платной основе и компенсация населению и окружающей среде убытков.

7. Открытость и гласность экологической информации.

8. Участие общества, органов местного самоуправления и деловых кругов в подготовке, обсуждении, принятии и реализации решений в области охраны окружающей среды и оптимального природопользования.

Таким образом, экологическая политика представляет собой деятельность, направленную на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов. Экологическая доктрина РФ закрепляет принципы и основную цель экологической политики РФ: сохранение и поддержание природных систем, обеспечение экологической безопасности страны, улучшение качества жизни населения и демографической ситуации.

Литература:

1. Саблин И. В. Теоретические аспекты экологической политики // Молодой ученый. — 2011. — № 6. Т. 2. — С. 58–64. — URL <https://moluch.ru/archive/29/3387/> (дата обращения: 15.04.2018).
2. Международный независимый эколого-политический университет «Россия в окружающем мире». Марфенин Н. Н., Фомин С. А. Ресурсы экополитики в современном мире. URL: <http://www.rus-stat.ru/stat/1212003-2.pdf> (дата обращения: 13.01.2020).
3. Сосковец Л. И. Словарь терминов и понятий к курсу «Глобальные проблемы современности и Азиатско-Тихоокеанский регион». — Томск: Изд-во ТПУ, 2005. — 31 с.
4. Валентей Д. И. Демографический энциклопедический словарь. — М.: Сов. энцикл., 1985. — 608 с.

5. Словарь бизнес-терминов. Академик.ру. 2001. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://dic.academic.ru> (дата обращения: 14.01.2020).
6. Борисов Н.А. О типологии и видах экологической политики // Управленческое консультирование. — 2012. — № 4 (48). — С. 128–131.

История развития рынка облигаций в России

Крикливец Анна Алексеевна, студент магистратуры

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В первую очередь, важно отметить, что развитие рынка ценных бумаг в начале 90-х годов двадцатого века происходило в условиях отсутствия определяющих его нормативно-правовых оснований документов. На тот момент не было существующих на сегодняшний день федеральных законов, а именно Федерального закона от 26.12.1995 N 208-ФЗ (ред. от 15.04.2019) «Об акционерных обществах» и Федерального закона от 22.04.1996 N 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг». В связи с этим, правовая база ещё очень молодого на тот момент рынка ценных бумаг, формировалась лишь на основании указов Президента Российской Федерации, постановлений Правительства Российской Федерации, а также различного рода ведомственных нормативных актов.

Основными факторами, которые определили вектор и уровень развития отечественного рынка ценных бумаг в 1991–1995 гг., стали несколько процессов, которые имели место в связи с проведением масштабной приватизации. Во-первых, это выпуск приватизационных чеков. Эти чеки представляли собой свободно обращающиеся предъявительские ценные бумаги. Во-вторых, в контексте происходящей приватизации имел место выпуск в обращение акций предприятий, которые были приватизированы, а также выпуск ценных бумаг (и их суррогатов) вновь образовавшимися коммерческими структурами, в том числе и нелицензированными финансовыми компаниями.

Примечательно, что выпуск акций и других ценных бумаг новыми коммерческими структурами смог продемонстрировать неожиданно высокую степень готовности населения к вложению своих накопленных средств в финансовые инструменты. Однако, некоторые новые коммерческие структуры, активно размещавшие свои ценные бумаги на начальном этапе развития рынка, всё же обманули ожидания своих акционеров и вкладчиков.

Первые выпуски ценных бумаг в 1991–1992 годах проходили, как уже отмечалось выше, в условиях, крайне слабо развитых нормативно-правовой базы, регламентации поведения операций и системы государственного регулирования рынка. Ситуация максимально обострилась с выходом на свет нелицензированных финансовых компаний, активно привлекавших средства населения в период с 1992 по 1994 годы. Средства населения шли на приобретение не обеспеченных реальными активами ценных

бумаг или их производных. Характерной чертой этого периода стало широкое использование векселей и других, так называемых, «квази-денежных» инструментов. Их выпуск обычно показывает стремление эмитентов обойти существующие правовые ограничения, уклониться от государственного регулирования, которое осуществляется в вопросах выпуска финансовых инструментов на рынке ценных бумаг.

Два следующих друг за другом очень крупных внешних шока: азиатский финансовый кризис 1997 года и, как следствие, резкое падение спроса и цен на нефть, а также и на цветные металлы. Эти события привели к тому, что Россия пришлось израсходовать очень значительную часть своих международных резервов.

В связи с этим государство потеряло часть своих возможностей по поддержанию фиксированного валютного курса, а также и по обслуживанию своего долга. Что важно, на тот момент до сроков погашения долга оставалось крайне незначительное время. И так, 17 августа 1998 года российское правительство девальвировало курс российского рубля в четыре раза. Ранее действовал режим регулируемого плавающего курса, который был близок к режиму фиксированного курса обмена валют. Более того, российское правительство отказалось от обслуживания своего внутреннего долга и объявило мораторий на погашение внешнего.

В итоге, как резиденты, так и нерезиденты больше не могли быть хоть сколько-нибудь уверенными в кредитоспособности большей части российских контрагентов. Это привело к тому, что в течение последующих двух лет российский финансовый рынок совершенно не развивался, переживая период абсолютной стагнации.

Наибольшее количество дефолтов по облигациям на российском рынке произошло во время глобального кризиса 2008–2009 годов. В 2018 году по облигациям 31 компании, включая SPV (компании специального назначения), был зафиксирован ряд неплатежей. Важно отметить, что устойчивый рост их числа наблюдается в период, начиная с 2013 года. Одновременно наблюдается рост доли банков и небанковских финансовых компаний в дефолтах. Такая динамика является следствием ужесточения норм регулирования финансовой сферы, низкой инфляции, а также уменьшения номинальной прибыли эмитентов.

Следующий этап развития российского рынка — это выход на него инвесторов-нерезидентов. В 2012 году к расчетам с российским НРД получили доступ Euroclear и Clearstream. Это существенно облегчило процесс торговли российскими ценными бумагами для инвесторов из стран, использующих упомянутые выше системы расчетов. Таким образом, российский рынок капитала был интегрирован с рынками Лондона и Нью-Йорка. Доля нерезидентов — держателей суверенного долга в национальной валюте значительно выросла. Это позволяло резидентам брать деньги в долг на значительно более выгодных условиях. Итак, доля держателей суверенного долга в национальной валюте выросла с 5% до 25%, в первую очередь благодаря появившейся возможности использования внешнего клиринга.

Совокупный объем облигаций, выпущенных по состоянию на 31 декабря 2018 года, составлял около 300 млрд долл. США. В сумме для корпораций, государства, а также регионов и муниципалитетов. На облигационном рынке сейчас присутствует 350–450 активных заемщиков с потенциалом размещения 50–150 млрд долл. США в год. Доля российского рынка облигаций в глобальном масштабе

по-прежнему мала даже в сравнении с долей России в мировой экономике (0,5% против 1,5%). Это определяется несколькими факторами.

Во-первых, российский рынок облигаций относительно молод. Первые корпоративные облигации были выпущены лишь в конце 1990-х, существенно позже, чем стали широко использоваться другие способы финансирования.²

Во-вторых, множество внешних шоков, вызывавших финансовый и экономический стресс, сдерживали развитие российского рынка облигаций, подрывая доверие к нему (самые глубокие кризисы: 1998, 2009 и 2014 годов). Впрочем, отношение объема выпущенных облигаций к ВВП продолжало расти даже в периоды нестабильности (данные представлены на Рисунке 1) и на начало 2019 года составило около 21%, что является максимумом с 2004–2005 годов. За последние десять лет годовой прирост показателя в среднем составлял 1,5 п. п. Стабильный рост облигационного рынка сейчас обусловлен исторически низкой инфляцией (что расширяет горизонты прогнозирования), «дедоларизацией» сбережений и платежей, а также появлением доступа к внутреннему финансовому рынку у международных клиринговых организаций (Euroclear, Clearstream).

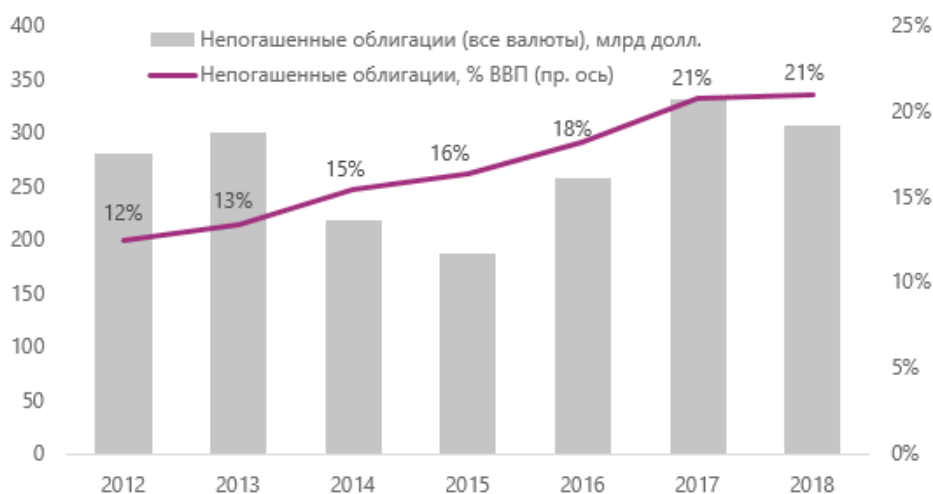


Рис. 1. Объем рынка облигаций в России с 2012 по 2018 гг. [5]

В-третьих, менталитет среднего российского инвестора не является на сегодняшний день сильно располагающим к использованию новых финансовых инструментов. Связано это в первую очередь с историей рынка ценных бумаг в России и имевших место различного рода мошеннических схем, с ним связанных. О новых способах и возможностях инвестирования нужно постоянно рассказывать, нужно объяснять людям, в чем их преимущества, и почему стоит инвестировать именно таким образом. Только победив целый ряд стереотипов общественного сознания можно добиться каких-либо качественных перемен в поведении российского инвестора.

По состоянию на начало 2019 года, 57% долга российского корпоративного сектора, а также 16% пассивов банковского сектора находятся на балансе компаний, подверженных воздействию зарубежных санкций. Таким образом, можно сделать вывод о том, что дальнейшие изменения ситуации, связанной с санкционным режимом, являются крайне существенным фактором, который может стать, в некоторой степени, определяющим для развития отечественного долгового рынка и выбора структуры заимствований российскими агентами.

Литература:

1. Федеральный закон от 22.04.1996 N 39-ФЗ (ред. от 27.12.2018) «О рынке ценных бумаг».

2. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 N 39-ФЗ (последняя редакция).
3. Российская экономика в 2016 году: тенденции и перспективы / под ред. С. Г. Синельникова-Мурылева, А. Д. Радыгина. — М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2017. — 520 с.
4. Алехин Б. И. Рынок ценных бумаг: Учебное пособие. — М.: Юнити, 2016.
5. Источник: Банк России, Росстат, расчеты АКРА.

Анализ рынка корпоративных облигационных заимствований в России

Крикливец Анна Алексеевна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В настоящее время, а именно в условиях глобальной экономической нестабильности, облигации рассматриваются как один из наиболее надёжных и перспективных инструментов инвестирования. В частности, корпоративный сегмент облигационного рынка представляет наибольший интерес, так как предлагает более высокие показатели доходности, по сравнению с государственными долговыми бумагами.

В прошедшем 2018 году государственные облигации составили половину от общего количества долговых обяза-

тельств, находящихся в обращении. На рис. 1 представлены данные Банка России по различным группам эмитентов по состоянию на 30 ноября 2018 года. Видно, что в основном они представлены среднесрочными и долгосрочными облигациями федерального займа с фиксированной (или плавающей) ставкой купона. Доходность государственных облигаций страны очень часто применяется в качестве ориентира для частных компаний с низким уровнем кредитного риска, выпускающих свои долговые обязательства на рынок.

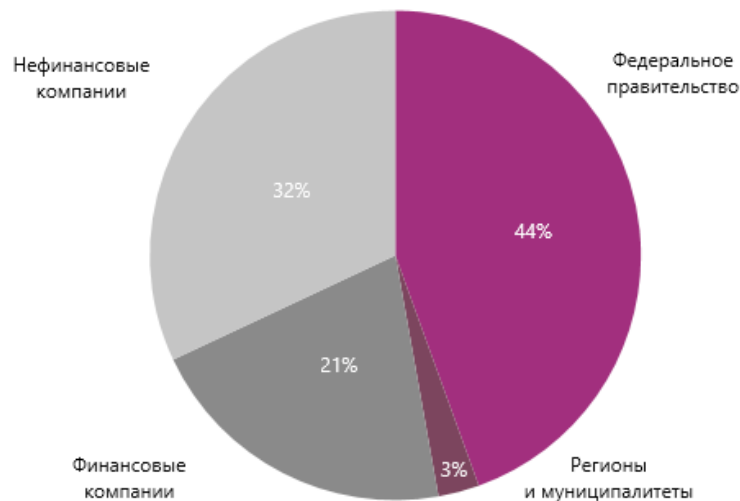


Рис. 1. Доли облигаций в обращении на 30.11.2018

Источник: Банк России, Минфин России, АКРА.

В части доли облигаций, выпускаемых финансовыми и нефинансовыми компаниями, наблюдается постоянный устойчивый рост. Это обусловлено прогрессивным развитием инфраструктуры отечественного финансового рынка, а также расширения горизонтов планирования у инвесторов. На рис. 2 представлена динамика показателей доли региональных и корпоративных облигаций в сравнении за последние 13 лет. Тенденция очевидна — корпоративные облигации приобретают всё большую популярность в Рос-

сийской Федерации. В то же время всё больше нефинансовых компаний достигает своего зрелого возраста и приобретает возможность к использованию данного финансового инструмента. Согласно общепринятым стандартам, долго существующие компании рассматриваются инвесторами как более стабильные, ввиду наличия определённой публичной истории (в том числе кредитной). Следовательно, для целей финансирования они могут достаточно эффективно привлекать средства посредством выпуска облигаций.

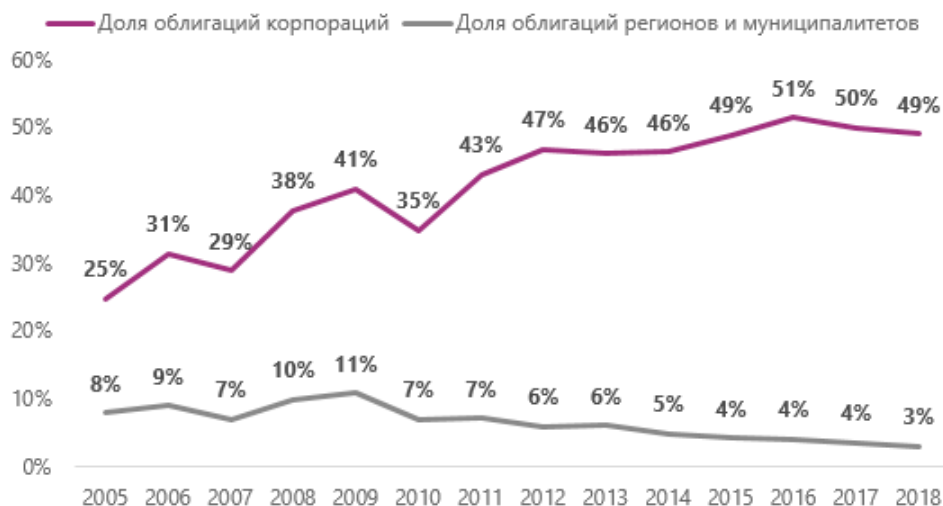


Рис. 2. Сравнительная динамика показателей доли корпоративных и региональных облигаций

Источник: Cbonds, Банк России, Минфин России, АКРА

Общий объём региональных и муниципальных облигаций сейчас можно охарактеризовать как относительно небольшой. На конец 2018 года он составил порядка 8,5 млрд долл. США. Около 3% от непогашенной задолженности по облигациям российских резидентов. Это объясняется тем, что годовые денежные потоки у регионов и муниципалитетов суммарно меньше, чем у корпоративных эмитентов. Их соотношение составляет примерно 1 к 7. Как следствие, регионы и муниципалитеты в целом обладают значительно меньшей способностью в объёмах обслуживаемого долга при сравнимых сроках погашения. Как минимум для трети регионов Российской Федерации банковский кредит до сих пор остаётся основным способом финансирования дефицита. Это происходит несмотря на то, что федеральное правительство внедряет поощрительные меры для стимулирования их выхода на рынок облигаций.

Важно отметить, что российский рынок корпоративных облигаций является очень высококонцентрированным на сегодняшний день. На Рисунке 5 представлены данные по объёмам облигационных займов крупнейших российских эмитентов. Крупнейшим эмитентом на 15 января 2019 года является компания Роснефть. Объём её облигаций, которые находятся в обращении, в стоимостном выражении превышает 44,5 млрд долл. США. Это примерно 40% общего совокупного объёма облигаций компаний нефинансового сектора в целом. Объясняется это тем, что компания на протяжении 7 лет (в период с 2008 по 2015 год) проводит масштабные программы поглощения и капитальных расходов. Однако, введенные после этого санкции сильно усложнили компании задачу, связанную с рефинансированием крупной части долга перед контрагентами, не являющимися резидентами Российской Федерации.

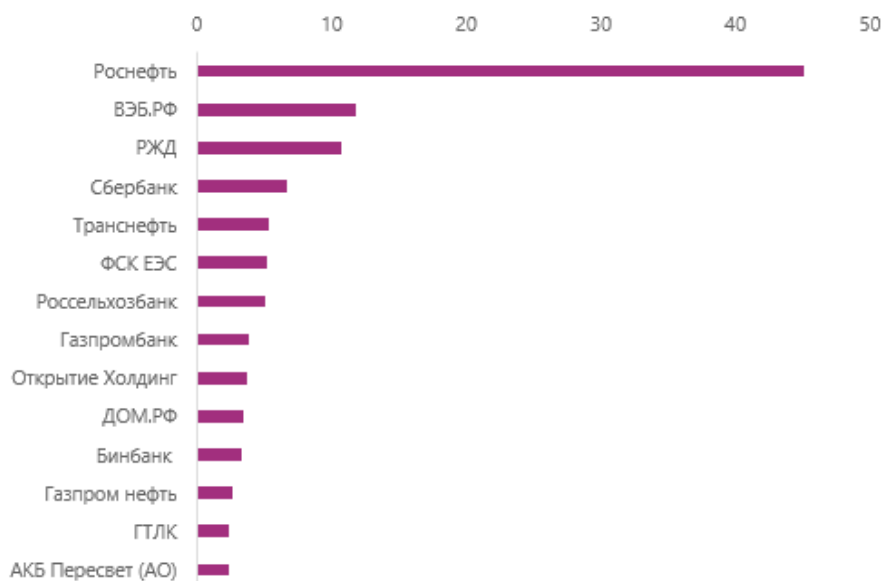


Рис. 3. Крупнейшие корпоративные эмитенты по объёму облигаций в обращении на 15.01.2019, млрд долл. США

Источник: Cbonds, АКРА

Крупнейшими владельцами облигаций, выпущенных на территории Российской Федерации, являются коммерческие банки, а также небанковские финансовые компании. На рис. 3 представлены данные о долях, занимаемых различными типами агентов в структуре владения облигациями по состоянию на 30 июня 2018 года. В период структурного дефицита ликвидности, до 2015 года, облигации широко применялись в целях привлечения ликвидности от Банка России посредством сделок РЕПО.

Финансовые компании и финансовые инструменты в России не заслужили особого доверия, так как в среднем они не гарантировали сохранности реальной существующей

стоимости денег на протяжении последних двадцати лет. В целом для России на протяжении долгого периода времени, вплоть до 2014 года, были характерны отрицательные реальные процентные ставки. В последние годы ситуация начала меняться, но российским инвесторам в любом случае нужно время, чтобы изменить свои взгляды и отношение к использованию других финансовых инструментов (кроме банковского депозита) для вложения своих накоплений. А компаниям, в свою очередь, требуется время, чтобы начать активно размещать займы, применяя все новые появляющиеся возможности, в частности, коммерческие облигации.

Литература:

1. Абрамов АЕ. Корпоративные облигации — инструмент финансирования реальной экономики // Рынок ценных бумаг, 2016. № 12. С. 18–23.
2. Андреева А. К. Сравнение привлекательности корпоративных облигаций и банковских кредитов для заемщиков / А. К. Андреева // Инновационная наука. — 2015. — № 6 (6). — С. 18–19.
3. Сайт ПАО Московская биржа, электронный ресурс: URL — <https://www.moex.com>
4. Сайт Банка России, электронный ресурс: URL — <https://www.cbr.ru>

Проблемы и тенденции развития рынка облигаций в РФ

Крикливец Анна Алексеевна, студент магистратуры

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Ранее был проведен подробный анализ и приведены актуальные статистические и эмпирические данные по текущему состоянию облигационного рынка Российской Федерации. Далее мы переходим к рассмотрению и определению возможных перспектив и направлений развития корпоративного долгового сегмента.

Роль облигаций как инструмента, позволяющего финансировать деятельность компаний без права на управление ими, на финансовом рынке России постоянно растет. Рынок облигаций динамичен и котировки достаточно быстро реагируют под влиянием трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики и текущей динамики процентных ставок. Облигации как выгодный способ привлечения капитала являются альтернативой банковскому кредитованию, а проблема необходимости диверсификации источников финансирования деятельности компаний с помощью долговых ценных бумаг в настоящее время является особенно актуальной.

Одним из главных направлений развития финансовой системы государства на 2016–2018 гг. является стимулирование перехода экономических субъектов от дорогих банковских кредитов к заимствованиям на рынке публичного долга. В свою очередь, решение данной приоритетной задачи является частью стратегии развития финансового рынка страны. Необходимо отметить, что увеличение выхода частных инвесторов и компаний на рынок публичного долга позволит более сбалансировано перераспределить

ресурсы в экономике. Конечно, фондовый рынок России значительно уступает многим развитым и развивающимся странам, что даёт повод говорить о необходимости опережающего развития инфраструктуры долговых ценных бумаг.

В условиях современных реалий для компаний с хорошей кредитной историей облигации являются максимально выгодным инструментом финансирования, поскольку обладают дополнительной возможностью для расширения круга инвесторов как за счет средств институциональных инвесторов, так и накоплений физических лиц.

На данное время основу рынка публичного долга составляют размещаемые на бирже корпоративные облигации крупных компаний. В динамике просматривается рост объема рынка публичного долга и доли в нем корпоративных облигаций.

Выход с займом на рынок облигаций могут позволить себе только крупные компании, размещаемый долг которых будет исчисляться сотнями миллионов рублей. Переход крупных заемщиков на рынок публичного долга приводит к уменьшению крупных должников для банков, способствуя интенсивному и гибкому развитию кредитов для малого и среднего бизнеса.

Этой тенденции способствует увеличение устойчивости банковского сектора за счет докапитализации ряда кредитных организаций, отзыва лицензий и перераспределения клиентов рынка банковских услуг к его финансово устой-

чивым участникам. В условиях притока дополнительной ликвидности за счет этих факторов и оттока крупных заемщиков банки вынуждены будут идти на увеличение разделения рисков, связанных с особенностями бизнеса их клиентов, и снижение ставки кредитования не только для юридических, но и физических лиц.

Сейчас процедура выпуска корпоративных облигаций становится более удобной. При одновременной регистрации от двух выпусков облигаций компании для них может быть сделан один проспект ценных бумаг, что позволяет занимать необходимую сумму постепенно (в разные сроки во время периода размещения, но не более года со дня регистрации проспекта эмиссии).

Сейчас на рынке все больше и больше новых долговых инструментов. В частности, с 2014 года в российском законодательстве появился термин «коммерческие облигации», а уже летом 2016 года появились первые выпуски этих ценных бумаг. Этот инструмент представляет собой прототип еврокоммерческих бумаг.

Для дальнейшего развития рынка ценных бумаг необходимо предпринять следующие важные шаги:

1. Усовершенствовать законодательную базу. Инвесторам необходимы гарантии неизменности первоначальных условий сделки. Особенно это касается сферы прямых инвестиций.

2. Ввести налоговое стимулирование инвестиций. Например, для отраслей, которые являются стратегическими для России, необходимо создавать определенные благоприятные условия. В США на инвестиции, связанные с коммунальным хозяйством, установлены льготы по налогообложению при получении дохода по данному виду биз-

неса. Следует также стимулировать долгосрочные инвестиции со сроком инвестирования более одного года. В США ставка налога на прибыль различается относительно времени, в течение которого инвестор держал купленные ценные бумаги (до шести месяцев и более шести месяцев).

3. Необходимо воздействовать на основной фундаментальный фактор привлекательности корпоративных акций с точки зрения вложения средств — соотношение «сумма выплаченного дивиденда/рыночная стоимость акции», то есть для увеличения рыночной стоимости акции какого-либо предприятия необходимо выплачивать дивиденды, и сумма выплат должна быть по возможности больше.

Для реализации этих целей необходимо:

А. Создать экономические условия для того, чтобы все предприятия, получающие фактическую прибыль, показывали ее. В настоящий момент из 100 организаций, имеющих прибыль, показывают ее не более 30%, а значительно занижают ее — более 80%. Ставку налога на прибыль целесообразно установить в размере 5–10%.

В. Создать экономические условия, стимулирующие предприятия выплачивать дивиденды. Предусмотреть дополнительные льготы для организаций, выплачивающих дивиденды.

В результате повысится спрос на корпоративные акции, возрастет капитализация компаний, и у предприятий появятся дополнительные возможности для привлечения инвестиций на более выгодных условиях (дополнительная эмиссия акций, размещение облигаций и др.), то есть более активно заработают портфельные инвестиции. А следовательно, будет обеспечено гармоничное и последовательное развитие всего рынка корпоративных облигаций в целом.

Литература:

1. Андреева А. К. Сравнение привлекательности корпоративных облигаций и банковских кредитов для заемщиков / А. К. Андреева // *Инновационная наука*. — 2015. — № 6 (6). — С. 18–19.
2. Алексеева И. А. Российский рынок корпоративных облигации: тенденции и перспективы развития / И. А. Алексеева, Е. В. Макарова // *Известия Байкальского государственного университета*. — 2017. — Т. 27, № 3. — С. 389–400. — DOI: 10.17150/2500–2759.2017.27 (3).389–400.
3. Хмелев И. Б. Анализ динамики использования инструментов финансового рынка компаниями развивающихся стран / И. Б. Хмелев, М. А. Новикова // *Транспортное дело России*. — 2014. — № 2. — С. 50–52.
4. Швецов С. А. Российский финансовый рынок: вызовы, проблемы и перспективы [Электронный ресурс]: докл. на 17-и Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества / С. А. Швецов, Н. И. Берзон. — Режим доступа: <https://www.hse.ru/science/reports>.

Развитие и перспективы рынка «зелёных» облигаций в России

Крикливец Анна Алексеевна, студент магистратуры

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

С развитием процессов глобализации, а также увеличением влияния транснациональных корпораций во всём мире, главный фокус концепции устойчивого развития стал смещаться от уровня государства к корпорациям.

Рынок «зелёных» облигации как таковой возник в 2007–2008 годах в результате их первых эмиссии международными банками развития. В период с 2007 по 2010 год основными эмитентами «зелёных» облигации были Между-

народный банк реконструкции и развития, Европейский инвестиционный банк, а также некоторые другие региональные и национальные банки развития фонды. В 2010 году была основана международная некоммерческая организация Climate Bonds Initiative (CBI), ключевыми направлениями деятельности которой стали:

- проведение анализа и исследования рынка зеленых облигации,
- разработка стандартов и системы сертификации зеленых облигации,
- анализ законодательных инициатив на уровне стран, направленных на развитие зеленого финансирования.

В конце 2011 года CBI опубликовала первый добровольный стандарт климатических облигации и схему их сертификации. В период с 2012 по 2015 год были разработаны и утверждены еще четыре отраслевых стандарта — для проектов по солнечной энергетике, низкоуглеродному общественному транспорту и энергоэффективным зданиям. Помимо этого, были разработаны отраслевые стандарты, относящиеся к размещению облигации под реализацию программ и проектов в сфере ветроэнергетики, энергетики приливов, а также геотермальной энергетики.

В январе 2017 года была опубликована «версия 2.1» стандартов CBI. В неё вошли все предыдущие стандарты, и был расширен спектр используемых долговых инструментов, которые могли бы быть сертифицированы для выпуска «зелёных» облигации.

Кроме того, ещё в 2014 году к работе в сфере зеленых облигации с позиций методологии и идеологии присоединилась международная Ассоциация рынков капитала (International Capital Market Association, ICMA). Это саморегулируемая организация и торговая ассоциация международного финансового рынка, созданная в 2005 году.

Важно отметить, что целая группа стран (132 страны в сумме), на долю которых приходится 82% всех вредных выбросов, на государственном уровне в 2016–2017 годах приняли к исполнению ряд национальных инициатив в области развития инструментов зелёного финансирования. Страны, не участвующие в разработке правил и стандартов на этом, пока ещё не урегулированном нормативно-правовыми актами рынке, в итоге будут вынуждены принимать те условия игры, которые будут разработаны более активными игроками, раньше взявшими на себя инициативу в развитии нового прогрессивного сегмента.

Как результат принятых решений, на международном финансовом рынке сейчас происходит целый ряд существенных изменений.

Во-первых, переориентирование всей международной финансовой системы на стратегию экологически устойчивого развития. Это связано с тем, что сегодня вопросы сохранения экологии планеты встают острее, чем когда-либо ранее. И ответственность на себя сейчас должны принимать абсолютно все, а не только внутригосударственные и межгосударственные структуры. Как следствие, финансовое со-

общество проявляет сейчас повышенный интерес к появлению «зелёных» финансовых инструментов.

Во-вторых, на государственном уровне зелёная финансовая система стала одной из главных тем общего дискурса об экологии и энергоэффективности. Это говорит о том, что и на государственном уровне вопросы сохранения природы стали занимать ещё более существенную долю, чем было до этого. Иностранные фондовые биржи поддерживают национальные системы финансирования путем создания отдельного зеленого сегмента, отдельной зелёной фондовой биржи или отдельного перечня зеленых облигации.

И в-третьих, экологические и низкоуглеродные индикаторы начинают значительно чаще и в значительно большей степени учитываться в рейтингах бизнеса. Согласно данным последних трёх лет, отчётливо прослеживается переориентация инвестиции в компании, которые показывают более высокий уровень экологичности производства.

Таким образом, можно утверждать, что возможности инвестирования в «зелёное» развитие создадут спрос со стороны национальных предприятий и в значительной мере поспособствуют росту трансфера зарубежных «зелёных» технологии, а также повышению технологической оснащенности компании.

На сегодняшний день, на российском рынке существует ряд компаний и организации, представляющих совершенно различные отрасли экономики и позиционирующих себя как активных участников «зелёного» рынка. В их числе есть представители следующих отраслей: энергетика, металлургия, строительство, нефтехимическая промышленность, жилищно-коммунальная сфера. По состоянию на 1 сентября 2018 года порядка 50 компании осуществили выпуски корпоративных или концессионных облигации, обращающихся в настоящее время на Московской Бирже или запланированных к размещению. Более 420 выпусков в обращении на сумму 6,5 трлн руб., 37 выпусков на сумму 1,3 трлн руб. в планах к размещению. Все эти выпуски включены в Список ценных бумаг, допущенных к торгам ПАО Московская Биржа.¹

К немаркированным, но по своей сути «зелёным» облигациям, можно отнести выпуски облигации семи эмитентов-концессионеров, которые были размещены для финансирования концессионных проектов в коммунальной, транспортной и других сферах. В обращении на данный момент находится 20 выпусков общей суммой в 48,4 млрд руб. Среди этих эмитентов следующие компании:

- ЗАО «Управление отходами-НН» (один выпуск облигации на сумму 1,15 млрд руб.),
- АО «Волга-Спорт» (два выпуска на сумму 3,3 млрд руб.),
- ООО «Концессии водоснабжения» (пять выпусков на сумму 7,5 млрд руб.),

¹ Согласно данным экспертного Совета по рынку долгосрочных инвестиций при Банке России

- ООО «Концессии теплоснабжения» (два выпуска на общую сумму 4 млрд руб.),
- АО «Управление отходами» (четыре выпуска на общую сумму 8,1 млрд руб.)
- ООО «Транспортная концессионная компания» (три выпуска размещены на сумму 6,7 млрд руб., два выпуска запланированы — 5,126 млрд руб.),
- АО «Главная дорога» (три выпуска на сумму 17,57 млрд руб.)²

Минэкономразвития, в рамках Комплексного плана мероприятия по повышению энергетической эффективности российской экономики, готовит конкретные шаги по поддержке не только эмитентов зеленых облигаций, но и по привлечению инвесторов в экологический сектор рынка. Бюджетом Российской Федерации предусмотрено потратить на эти цели порядка 27,5 млрд рублей за 6 лет.

² Согласно данным экспертного Совета по рынку долгосрочных инвестиций при Банке России

Литература:

1. Богачёва О. В., Смородинов О. В. «Зелёные» облигации как важнейший инструмент финансирования «зелёных» проектов // Научно-исследовательский финансовый институт Министерства финансов РФ. 2016. Февраль. URL: http://www.nifi.ru/images/FILES/Journal/Archive/2016/2/statyi_2/06.pdf
2. Швецов С. А. Российский финансовый рынок: вызовы, проблемы и перспективы [Электронный ресурс]: докл. на 17-и Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества / С. А. Швецов, Н. И. Берзон. — Режим доступа: <https://www.hse.ru/science/reports>.
3. Хмелев И. Б. Анализ динамики использования инструментов финансового рынка компаниями развивающихся стран / И. Б. Хмелев, М. А. Новикова // Транспортное дело России. — 2014. — № 2. — С. 50–52.

Совершенствование системы депозитов физических и юридических лиц коммерческих банков

Мальцева Татьяна Сергеевна, студент магистратуры
Калининградский государственный технический университет

В статье представлены основные направления совершенствования депозитов физических и юридических лиц в коммерческом банке, сделана попытка обоснования их эффективности на примере ПАО «Почта Банк».

Ключевые слова: банк, депозиты, кредитные ресурсы, юридические лица, физические лица.

В условиях современной экономики для обеспечения своей хозяйственной деятельности любой коммерческий банк должен обладать определенной суммой денежных средств и материальных активов, которые составляют его ресурсную базу. С точки зрения источников происхождения данные ресурсы подразделяют на собственный капитал банка и его заемные средства. Управление привлеченными банковскими ресурсами является главной деятельностью по формированию и оптимизации ресурсной базы коммерческого банка, которая направлена на поддержание необходимого уровня ликвидности.

В качестве возможных мер поддержки инструментов зеленого финансирования Минэкономразвития разрабатываются предложения, среди которых:

- полное или частичное освобождение от налога на прибыль НПФ институциональных инвесторов в части полученного процентного дохода по зеленым облигациям;
- распространение на зеленые облигации, по аналогии с ценными бумагами высокотехнологического сектора, возможности применения налоговой ставки 0% к доходу от реализации таких ценных бумаг;
- обеспечение специального подхода по нагрузке на капитал банков, инвестирующих в зеленые облигации и внесение таких облигаций в Ломбардный список, в некоторых случаях, с пониженным дисконтом.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что рынок так называемых «зелёных» облигаций является очень перспективным как с точки зрения инвестирования, так и с позиций глобального устойчивого развития экономики страны.

Объектом исследования послужил ПАО «Почта Банк» был создан решением учредителей 28 сентября 1990 года. Установлено, что сильными сторонами в деятельности банка является наличие квалифицированного персонала, репутация на рынке, хорошее качество банковских продуктов. Недостатками в работе организации можно назвать большие затраты, небольшая занимаемая доля на банковском рынке, недостаточность оборотных ресурсов, узкая продуктовая линейка по сравнению с конкурентами. С учетом имеющихся достоинств и недостатков ПАО «Почта Банк» может наращивать объемы предоставления кредитных и де-

позитных услуг, повышать конкурентоспособность за счет расширения продуктовой линейки.

В целом отмечается позитивная тенденция развития кредитной организации. Деятельность сосредоточена на кредитовании физических лиц и соответственно качество кредитного портфеля влияет на его финансовую устойчивость. Но при этом такая политика приводит к недополучению доходов и целесообразно рассмотреть возможные направления повышения эффективности деятельности кредитной организации придерживаясь консервативной стратегии, используемой банком.

Также отмечается зависимость кредитной организации от депозитной базы и требуется проведение мероприятий по повышению ее устойчивости и удлинению срочности.

По итогам проведенного исследования для совершенствования управления ресурсами банка предложено:

1 мероприятие — «Внедрение АИС в систему информационного обеспечения банка». Для повышения инфор-

мативности в кредитной системе предлагаем внедрить в работу кредитного отдела ЦФТ (АСУ «Аналитика»). Приложение предназначено для топ-менеджеров и специалистов отделов кредитования и кредитных рисков.

Система ЦФТ — Платформа развития имеет в своем составе продукты ЦФТ-Бюджетное планирование и ЦФТ — Управленческий учет, основная задача которых — решение проблемы целостного подхода к управлению банком через формирование единого информационного пространства. Управленческий учет в банке — это система сбора, анализа, специализированной обработки и представления данных о деятельности банка его топ — менеджменту и владельцам [1]. Главная цель постановки управленческого учета в кредитной организации — повышение эффективности бизнеса банка и увеличение его акционерной стоимости.

Использование системы ЦФТ — Платформа развития в рамках корпоративного управления банком позволит осуществить следующее (рис. 1).

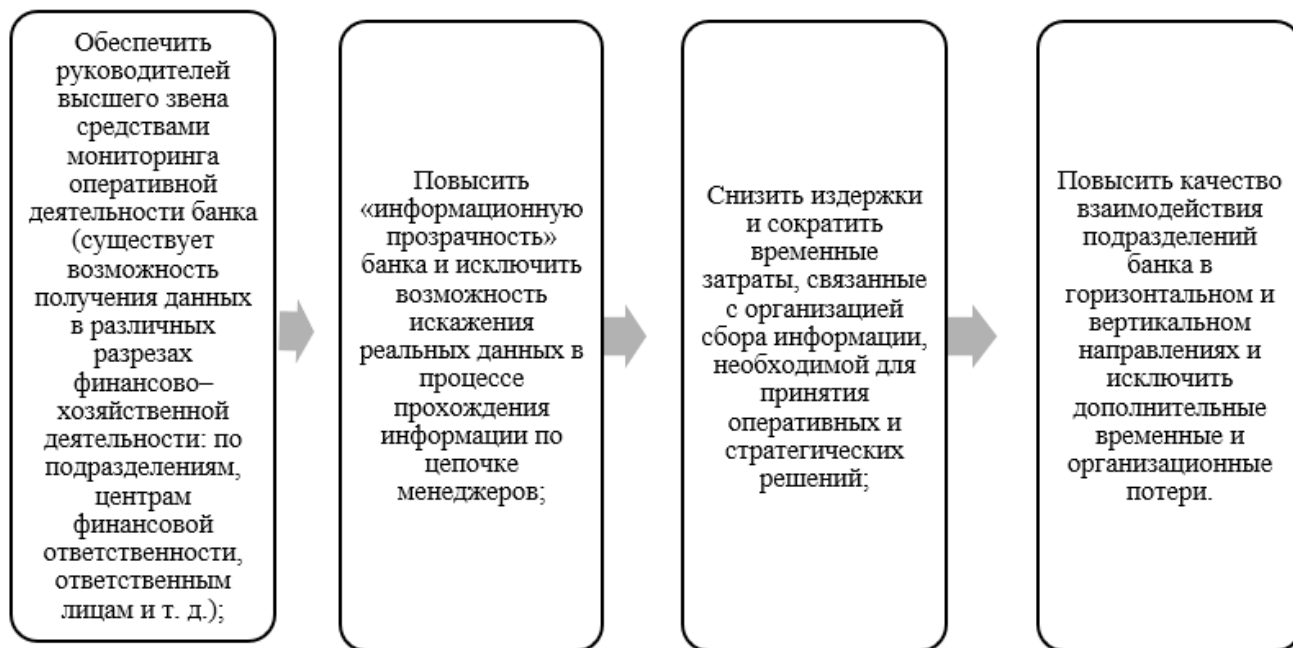


Рис. 1. Совершенствование корпоративного управления банка при внедрении ЦФТ-платформы

Система обеспечивает консолидацию данных о деятельности банка в едином информационном пространстве.

Стоимость рассмотренной системы составляет 1900,0 т. р.

2 мероприятие — «Создание комитета по управлению кредитными ресурсами».

Комитет по управлению ресурсами и инжинирингу кредитной организации в качестве основной цели предполагает формирование стратегии привлечения и размещения средств и разработки на основе финансового инжиниринга продуктовой линейки для повышения эффективности привлечения средств и их размещения [2].

Наличие отдельного органа управления в виде комитета по управлению ресурсами и инжинирингу позво-

лит банку помимо общей координации по привлечению и размещению ресурсов внедрять новые информационные технологии в привлечение и размещение ресурсов и на основании аккумулируемой информации о состоянии активов и пассивов использовать благоприятную рыночную конъюнктуру для получения дополнительной прибыли.

С учетом такой функции формируемого комитета целесообразно его создание на базе казначейства банка, как подразделения, которое может осуществлять краткосрочные операции и управлять свободной ликвидностью кредитной организации.

Будет выстроена следующая управляющая структура (рис. 2).

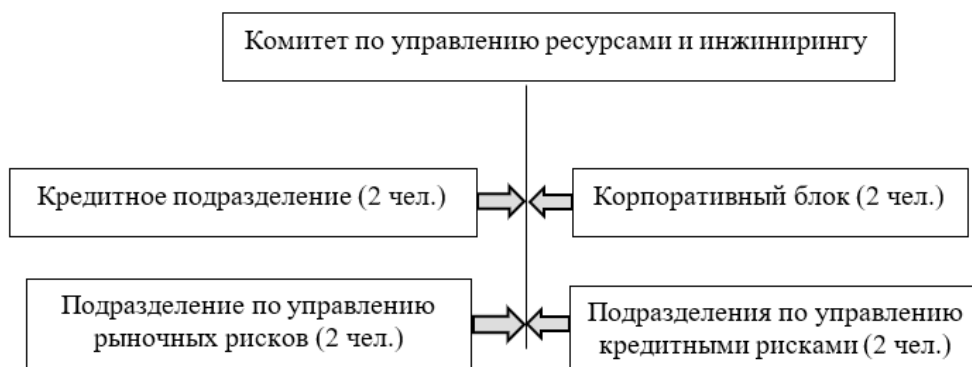


Рис. 2. Система управления при формировании комитета по управлению ресурсами и инжинирингу

Подразделения по управлению рыночными, кредитными рисками и корпоративный блок несут ответственность за управление рисками, входящими в их компетенцию.

Сформированное в таком виде новое структурное подразделение позволит значительно повысить эффективность работы кредитной организации.

Стоимость мероприятия составляет 11440 тыс. руб., в том числе расходы на оплату труда менеджеров отделов и доплату директорам отделов по сравнению с ранее установленной зарплатой на прежних местах работы в размере 1110,0, создание нового вида вклада для физических лиц 365 тыс. руб. в совокупности расходы составили 3375 тыс. руб.

Произведенные расчеты предполагаемой экономии средств при внедрении данных мероприятий позволили установить, что первое и второе мероприятия приведут к экономии расходов на содержание персонала и систему управления банком на 5% (в 2018 году 52725 тыс. руб.).

3 мероприятие — «Введение градации изменения процентной ставки от выбранного размера пополнения

вклада». Будет осуществляться стимулирование клиентов осуществлять регулярное пополнение счета. При этом более состоятельные клиенты, которые, как правило, и осуществляют регулярное пополнение вкладов — будут иметь больше стимулов для пополнения счета. Данное мероприятие позволит привлечь средства вкладчиков как минимум на 10% за счет быстрого возврата вложенных денежных средств и привлекательных условий для вкладчиков (в 2018 году 9849 тыс.руб.).

Установлено, что предложенные мероприятия позволят получить дополнительно в первый год внедрения 250,65 тыс. руб., в последующие — с учетом вычета расходов на внедрение программного обеспечения и новой системы вклада, 2515,65 тыс. руб., эффективность предложений в первый год 7,4%, в дальнейшем около 75%.

Следовательно, предложенные разработки позволят сократить расходы и увеличить не только прибыльность деятельности банка, но и улучшить систему управления ресурсной базой банка.

Литература:

1. Стенькина Е. Н., Слепченко Д. П. Депозитные операции коммерческих банков: проблемы и возможные пути их решения // Экономика и предпринимательство. — 2019. — № 2. — С. 267–270.
2. Щепкина Н. Н. Основные аспекты реализации кредитно-денежной политики банка // Экономика и предпринимательство. — 2019. — № 2. — С. 1232–1235.

Разработка системы информационно-документационного обеспечения управления организацией. Качественные преимущества и эффективность её применения

Немкина Анастасия Владимировна, студент магистратуры;

Закарян Михаил Рафаэлович, кандидат технических наук, доцент;

Бурлака Ксения Александровна, студент магистратуры;

Исаков Дмитрий Олегович, студент магистратуры

Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

В статье рассматриваются особенности системы информационно-документационного управления организацией. Приводятся качественные преимущества и эффективность её применения.

Ключевые слова: документационное обеспечение, социально-экономическое развитие, проектная деятельность, информационные ресурсы.

Вопросы информационно-документационного обеспечения управления организацией в настоящее время становятся наиболее востребованными. Это связано с ростом социально-экономического развития субъектов любого уровня: от федерального до локального. Незадолго до настоящего времени управление проектами получило признание, став лучшим методом планирования и контроля реализации инвестиционных проектов.

На сегодняшний день в науке нет единого мнения по поводу системы информационно-документационного обеспечения управления организацией. Для более детального изучения обозначенной темы следует дать определения основных понятий и терминов, применяемых в ходе данной работы.

«Современное документоведение — это научная дисциплина, изучающая в историческом развитии принципы формирования, закономерности образования и функционирования документов, способы их создания, законы становления и развития систем документации и систем документирования» [5].

«Информационно-документационное обеспечение — это отрасль деятельности, обеспечивающая документирование и организацию работы с официальными документами» [4].

«Документооборот организации — это движение документов в организации с момента их создания или получения до завершения исполнения или отправления» [4].

Высокие темпы внедрения информационных технологий способствуют росту количества вычислительной техники, которая используется в производственно-хозяйственной деятельности предприятий всех отраслей.

Использование информационных технологий для управления предприятием делает любую компанию более конкурентоспособной за счет повышения ее управляемости и адаптируемой к изменениям рыночной конъюнктуры.

Как отмечает в своем научном труде Михаил Закарян, «новая идея диалектико-системного конструирования документа в книге «Введение в общую теорию систем документации» раскрывает, что важнейшей задачей в современном документоведении является теория и обоснование её документационных аспектов управления в современном обществе» [5].

Кроме того автор делает вывод, что деятельность документов в организации включает в себя свои обычные функции: приём, распределение, регистрация документов, контроль исполнения, справочная работа, практические вопросы классификации документов, порядок проведения экспертизы ценности, хранение и использование документов [5]. Данный алгоритм действий в документоведении подразумевается как делопроизводство.

В своей выпускной квалификационной работе (магистерской диссертации) «Система информационно — документационного обеспечения управления организацией и проведением матчей спортивными клубами (на примере АНО «ГК «КУБАНЬ»)», система информационно-документационного обеспечения управления организацией рассматривается как ограниченный временем процесса проект с заданным началом и концом. Кроме того, он может быть ограничен датой, финансированием или достижением результатов. Данный проект выполняется для достижения четких целей и задач, которые ведут к выгодным изменениям или установления добавленной стоимости [6].

Прежде всего, должна учитываться зависимость оптимальности и эффективности управленческой деятельности от объемов информации, которые необходимы для принятия решений. Качественные характеристики данной информации являются ключевыми. При этом одним из важнейших факторов, обеспечивающих динамику процессов принятия управленческого решения, является оценка указанной информации.

С другой стороны, следует подчеркнуть, что информация оценивается на различных стадиях и этапах принятия управленческих решений с учетом факторов, которые снижают совокупность ее качественных характеристик. Оценка информации осуществляется различными способами на различных этапах. Ключевую роль в данном процессе играет степень информированности о том или ином явлении. При этом на процессы оценки информации во многом влияют профессиональная подготовка управленца и меры воздействия, принимаемые им. Немаловажными факторами являются мнения топ — менеджмента компании и личностные отношения среди управленческих субъектов различного уровня.

«Оценка информации должна производиться с конкретными управленческими целями и задачами, необходимыми для их достижения» [2, с. 91]. Мы разделяем приведённую выше точку зрения Ксении Бурлаки в её научном труде «Информационные технологии и документационное обеспечение в организационном проектировании систем управления (на примере отдела вневедомственной охраны — филиала ФГКУ «УВО ВНГ РОССИИ по Краснодарскому краю»)». Автор характеризует документационное обеспечение на примере организации, в которой документооборот находится только на начальном этапе развития.

«Использование вычислительной техники в органах внутренних дел не только значительно снижает трудоёмкость обработки учетных материалов, но и ускоряет документооборот и т. п., что заметно приводит к повышению качества управленческой деятельности, а, в конечном счёте — к активизации борьбы с преступностью» [1]. С этим мнением автора нельзя не согласиться, так как применение аналитических методик при приеме на работу способствует решению данной проблемы: с помощью них можно определить важные характеристики, которые присущи лучшим сотрудниками и командам. В последнее время тестирование приобретает всё большую популярность среди ведущих организаций развитых стран.

С другой стороны, следует подчеркнуть, что данный метод повышает объективность оценки кандидатов на определённую должность и осуществляет реализацию принципа равных возможностей. Используемые тесты представляют собой набор заданий, которые предназначены для определения уровня интеллекта, личностных качеств, профессиональных навыков, отношения человека к различным ситуациям, умения быть лидером и работать с людьми, выявления у претендента склонности к карьерному росту [1].

Логика рассуждения приводит к тому, что сегодня система требует модернизации алгоритмического и программного обеспечения в связи с возможной реорганизацией

функций некоторых отделов, а также модернизации программного обеспечения в связи с переходом на новые технические средства.

Следует отметить, что «информация при принятии управленческих решений направлена на достижение стратегических целей бизнеса. Использование информации необходимо для управленческой деятельности структур в отношении конкретных объектов, финансовых, информационных, материальных потоков, рабочих мест и коллективов людей» [3, с. 126].

Стоит отметить, в Указе Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики» говорится о плане разработки профессиональных стандартов в стране [7]. Данный документ был утвержден в ноябре 2012 года, его главной задачей являлось объединить профессиональное общество работодателей. А именно изменение затронуло область в управлении документами, разработкой профессиональных стандартов, где закрепили уровень квалификации и обозначили профессиональные стандарты.

В итоге можно прийти к выводу, что документационное обеспечение управления в профессиональной сфере имеет уникальную ценную историю. Дифференциальной особенностью, которой являются как достижения, так и падения. Данные признаки характерны тем, что документационное обеспечение управления всегда было под пристальным вниманием государства, хотя существуют случаи, когда было полное отсутствие контроля.

Как выразился Билл Гейтс в своей работе «Бизнес со скоростью мысли»: «В электронный век необходимо переводить каждого наёмного работника, как только возможно, в категорию работников интеллектуального труда». Нам только и остается, что верить в то, что человечество перестанет наступать на свои «грабли», после которых приходится все восстанавливать практически с нуля и запускать все системы по новой.

Литература:

1. Бурлака К. А. «Информационные технологии и документационное обеспечение в организационном проектировании систем управления (на примере отдела вневедомственной охраны — филиала ФГКУ «УВО ВНГ РОССИИ по Краснодарскому краю»)» Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация) / дата защиты 25.01.2020/ Краснодар 2020. — С. 91.
2. Ванюшкин А. С. Проблемы применения идеологии проектного офиса в управлении портфелями проектов // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. — 2017. — Т. 1. — № 5 (43). — С. 63–66.
3. Галкин В. В. Экономика и управление физической культурой и спортом: Учебное пособие для вузов. — Ростов н/Д: Феникс, 2006. 448 с.
4. ГОСТ Р 51141–98 «Делопроизводство и архивное дело» Электронный ресурс.
5. Закарян М. Р. Новая идея диалектико-СИСтемного конструирования документа в книге «Введение в общую теорию систем документации» // Гуманизация образования. 2016. № 5.
6. Немкина А. В. «Система информационно — документационного обеспечения управления организацией и проведением матчей спортивными клубами (на примере АНО «ГК «КУБАНЬ»)» Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация) / Краснодар 2020. дата защиты 25.01.2020/ Краснодар 2020. — С. 95.
7. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики» // Собрание законодательства РФ. 2012. № 19. Ст. 2334.

Современное состояние и тенденции развития газовой отрасли РФ

Павлюк Ольга Александровна, студент магистратуры;

Научный руководитель: Петрова Наталья Павловна, кандидат экономических наук, доцент

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Мировой рынок природного газа среди энергоносителей один из наиболее динамично развивающихся. Так в течение последних 20 лет прирост добычи и потребления газа в мире составил более 70%. По запасам газа Россия занимает первое место в мире, а по добыче газа — второе после США (17,3%).

Мировой спрос на газ должен вырасти на 40% до 2040 г. Основными потребителями российского газа будут не только страны Европы, но и азиатский рынок, прежде всего, Китай и Индия. Этому росту будет способствовать строительство новых трубопроводов и развитие технологий по добыче и перевозке сжиженного природного газа (СПГ). Рынок СПГ растет намного быстрее всех остальных направлений газового бизнеса. Это связано с усилением экологических требований, уменьшением выбросов в атмосферу при сжигании топлива, переходом с угля на газ в городском отоплении.

Согласно энергетической стратегии России на период до 2035 г. инвестиции в топливно-энергетический комплекс (ТЭК) выступают важнейшим фактором социально-экономического развития страны, а также обеспечивают существенный импульс развития высокотехнологических отраслей промышленности страны [1].

Газовая отрасль вписывается в общую ресурсно-инновационную стратегию развития страны, цель которой за счет занятых в области использования природно-ресурсного потенциала государства предприятий стимулировать качественное развитие инновационных процессов смежных и обслуживающих отраслей экономики и, как следствие, обеспечить ускоренное развитие инновационной деятельности в стране.

В настоящее время российская газовая отрасль представлена совокупностью предприятий и производственных комплексов, технологически, экономически и организационно связанных между собой, которые охватывают систему процессов, таких как разведка месторождений на суше и морском шельфе, их эксплуатацию, переработку, а также хранение природного газа, его транспортировку по газопроводам и в конечном итоге его использование в различных отраслях экономики [2].

Природный газ активно используется в различных сферах деятельности, а по мнению большинства экспертов в долгосрочной перспективе будет использоваться всё в больших объемах, т. к. этому способствует экологичность газа как топлива, его транспортабельность и возможность хранения в сжиженном виде.

В настоящее время экспертами, как правило, составляются прогнозы развития газовой отрасли на период не более 3 лет, при этом при текущем уровне регулируемых цен на газ, который сложился в последние годы и при наличии

профицита мощностей добычи, оцениваемый рядом специалистов в 100–150 млрд м³ в год, в газовой отрасли России все достаточно стабильно.

Наиболее крупным риском для газодобычи в этой связи выступает потенциал энергосбережения и возобновляемой энергии (ВИЭ) в РФ, который по некоторым оценкам, составляет 50–60 млрд м³. Также следует принимать во внимание намерения некоторых развитых стран Европы и развивающихся стран, таких как Китай, делать упор на концепцию низкоуглеродной экономики. В то же время при текущих ценах на газовом рынке реализация такого сценария в среднесрочной перспективе маловероятна, и по оценкам некоторых экспертов до 2035 г. газ будет значимым элементом мировой системы газоснабжения.

По итогам 2018 г. суммарная добыча как природного, так и попутного газа в России составила 733 млрд куб. м, что составило рост на 8% (50,9 млрд м³) по отношению к 2017 г., в котором этот показатель составил 692,1 млрд куб. м. Динамика добычи газа за последние десять лет представлена на рисунке 1 [6].

Добыча природного газа в России согласно данным Министерства энергетики РФ по состоянию на 2018 г. осуществлялась 254 предприятиями, к которым относятся 144 нефтегазоперерабатывающие независимые компании, 85 входящих в состав вертикально-интегрированных нефтяных холдингов предприятий, 15 дочерних компаний в группе Газпром, 7 структурных подразделений компании НОВАТЭК, а также 3 предприятия, работающие на условиях соглашений о разделе продукции — операторы СРП [5].

Общая организационная структура добычи газа в России представлена на рисунке 2.

Таким образом, в последние годы сохраняется общая тенденция по сокращению доли добычи «Газпрома» при увеличении производства со стороны нефтяных компаний и независимых производителей. При этом прирост добычи газа в 2017–2018 гг. преимущественно обеспечивался ПАО «Газпром» в виду расширения спроса со стороны ряда стран, на которые ориентирован вводимый в скором времени новый газопровод «Северный поток-2». Вследствие этого, в 2018 г. были обеспечены рекордные поставки газа в Европу.

Тенденция на рост спроса на российский газ как на европейском, так и на азиатском рынках ставит вопрос развития газовой инфраструктуры страны в соответствии со спросом. Так в рамках VIII Петербургского международного газового форума коммерческий директор Uniper SE Мартин Киф подчеркнул, что рост цен на газ на фоне существенного роста его потребления, свидетельствует о постепенном процессе замещения поколения нефти и завоевание газом все

новых рынков. Как следствие, для обеспечения безопасности и устойчивости поставок, а также для поддержания конкурентной цены требуется развитие современной инфраструктуры отрасли [3].

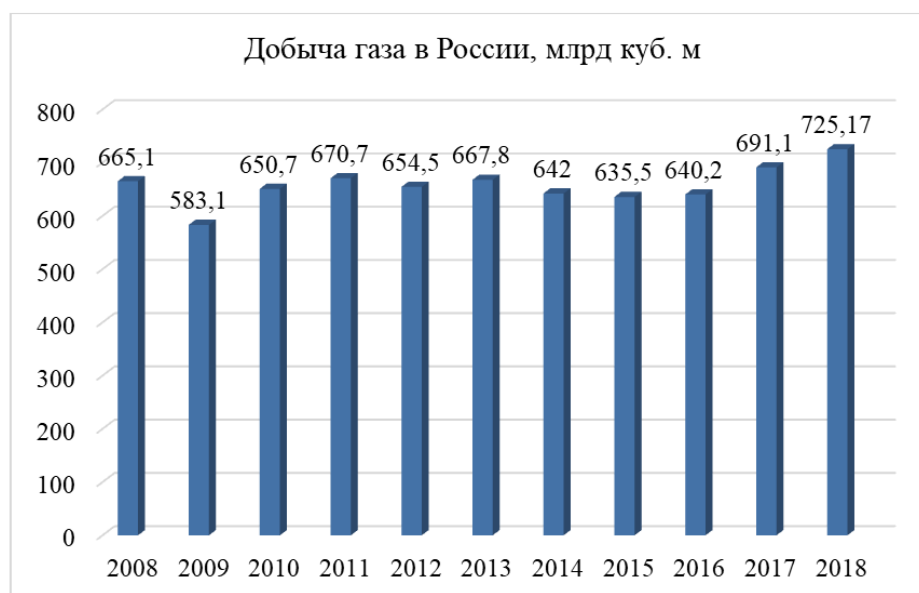


Рис. 1. Динамика добычи природного и попутного газа в России



Рис. 2. Организационная структура добычи газа в России, %

Источник: Институт нефтегазовой геологии и геофизики им. А. А. Трофимука Сибирского отделения РАН

По словам Д. Акиншина — руководителя геохимического подразделения компании Vygon Consulting, которая является независимым национальным отраслевым консультантом по вопросам развития ТЭК России, в настоящее время в России существуют следующие перспективные направления развития газопереработки и газохимии:

- при сохранении роста нефтехимических мощностей в области газопереработки основной вектор развития — углубление извлечения ценных компонентов (в первую очередь, этана);
- относительно газохимии комплексно можно говорить о строительстве крупнотоннажных экспортно-ориентированных производств.

Для роста потребления внутри страны нефтегазохимия является перспективной отраслью. При этом, потенциал заключается в двух основных направлениях: доизвлечении «жирных» компонентов природного газа, что поможет не только монетизировать ресурс, который имеет доступ к рынку, но и дать импульс к развитию российской газопереработки.

В настоящее время структура переработки газа в России в разрезе осуществляющих переработку компаний имеет следующий вид (рис. 3).

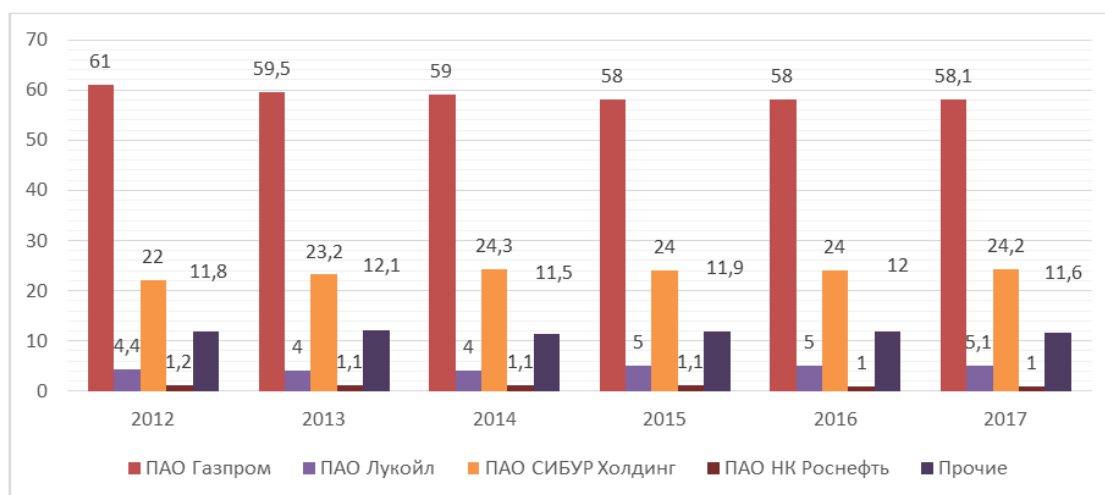


Рис. 3. Организационная структура переработки газа в России, %

Источник: Институт нефтегазовой геологии и геофизики им. А. А. Трофимука Сибирского отделения РАН

Перспективы развития газохимии в России обусловлены двумя основными конкурентными преимуществами: во-первых, низкой стоимостью сырья в метанольной отрасли, а во-вторых, растущим мировым спросом, в первую очередь за счет Китая, который является не только самым крупным потребителем и импортером товара, но и заключает в себе основной потенциал роста, обеспеченный развитием производства. Эксперты оценивают в перспективе рост мирового рынка метанола на 5–7% в год в ближайшие 7–10 лет.

Так Газпром рассчитывает на рост мирового спроса на газ до 2025 г. на 17%, при этом около 30% этого роста будет обеспечено именно за счет Китая, где часть спроса покрывается поставками сжиженного природного газа, но при этом рост спроса в последние годы составил 15,3% в 2017 г. и 17,5% в 2018 г. В то же время ключевым

рынком для Газпрома остается Европа, а объем поставок в 2018 г. достиг рекордных 200,8 млрд куб. м, что составляет максимальное суммарное годовое количество по всем контрактам компании на поставки на рынок Европы. Указанные значения свидетельствуют о формировании рынка продавца на европейском газовом рынке при сохранении роста спроса. В этой связи на фоне востребованности действующего газопровода «Северный поток», начало поставок по «Северный поток-2» в 2020 г., продолжение строительства «Турецкий поток», введение в конце 2019 г. в эксплуатацию «Сила Сибири», при наличии ресурсной базы в 35 трлн куб. м позволит удовлетворить спрос как на внутреннем рынке, так и на европейском и азиатском рынках [3].

Общая структура экспорта трубопроводного газа из России представлена в таблице 1.

Таблица 1. Структура экспорта трубопроводного газа из РФ, млрд м³

Регион / год	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Европа	155,3	138,5	161,5	146,6	158,6	178,3	192,2
в т. ч. Западная	115,9	105,5	127,1	117,9	130,1	146,2	156
Центральная Европа	39,4	33	34,4	28,7	28,5	32,1	36,3
СНГ	71,1	64,4	56,1	44,9	37,6	31,4	33,6
Всего	226,4	202,9	217,6	191,4	196,2	209,7	225,9

При этом следует обратить внимание на то, что стратегической уязвимостью газовой отрасли является зависимость как от транспортных коридоров, так и от стран-потребителей, которые являются в основном монополистами: Германия, Турция, Китай. Как следствие, около 20% всех капложений в газовой отрасли, которые определяют в том

числе направления развития всей отрасли, находится в зависимости от спроса со стороны указанных стран [4].

Таким образом, газовая отрасль способствует развитию российской экономики, наполняемости бюджета, реализации инновационных разработок и стимулирует развитие смежных отраслей.

Литература:

1. Проект энергетической стратегии России на период до 2035 года // Официальный сайт Министерства энергетики РФ. Режим доступа: <https://minenergo.gov.ru/system/download-pdf/1920/69055> (дата обращения: 18.04.2019 г.).

2. Бочкарева А. С., Хотина Ю. В. К вопросу становления и развития газовой отрасли в российской империи // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. 2015. № 13. С. 49–60.
3. Блестящее будущее, большой потенциал: на пленарном заседании ПМГФ оценили роль газа // Материалы VIII Петербургского международного газового форума. Режим доступа: <https://gas-forum.ru/publications/05.10.18/5bb7807f4cd8063059acc50b/?s=5979b8c5bc788efd6b19394b> (дата обращения: 22.04.2018).
4. За краем нефтегазового горизонта / Е. Огородников, М. Ремизов // «Эксперт» № 42 (1093). Режим доступа: <http://expert.ru/expert/2018/42/za-kraem-neftegazovogo-gorizonta/> (дата обращения: 08.05.2019).
5. Основные показатели газовой отрасли // Официальный сайт Министерства энергетики РФ. Режим доступа: <https://minenergo.gov.ru/system/download-pdf/1920/69055> (дата обращения: 14.04.2019 г.).
6. Добыча газа в России в 2018 году составила рекордные 733 млрд куб. м // ТАСС, информационное агентство. Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/5952085> (дата обращения: 14.04.2019 г.)

Особенности организации планирования на предприятии затрат на создание и освоение новой продукции

Перелётова Надежда Александровна, студент магистратуры

Воронежский государственный технический университет

Ключевым показателем экономической активности коммерческих предприятий является уровень издержек обращения. На основе этого показателя оценивается предполагаемая степень соответствия торговой компании плану продаж. Снижение уровня издержек обращения приводит к увеличению валового дохода (прибыли) предприятия и, следовательно, к эффективности его деятельности. Расходы на сбыт планируются и учитываются в отдельных элементах [3, с. 41]:

1. Расходы на доставку товаров.
2. Расходы на оплату труда.
3. Расходы на аренду и содержание помещений.
4. Амортизация.
5. Отчисления в ремонтный фонд.
6. Расходы на хранение, подработку и упаковку товаров.
7. Расходы на торговую рекламу.
8. Проценты за кредит.
9. Отчисления на социальное страхование.
10. Потери товаров при перевозке, хранении и реализации в пределах установленных норм.
11. Прочие расходы.

Основными факторами, снижающими уровень издержек обращения, являются:

- рост розничных продаж;
- повышение производительности труда работников торговли;
- сокращение сроков движения товаров;
- рациональное использование основных и краткосрочных активов;
- улучшение качества товаров и согласованность их объема со спросом населения;
- снижение потерь товаров при транспортировке и хранении.

Планирование затрат на производство и реализацию продукции осуществляется разными методами, выбор ко-

торых зависит от общеэкономических условий, размеров предприятия, масштабов его деятельности, учетных возможностей.

При проведении планирования затрат на предприятии, наибольшее распространение получили следующие методы планирования:

- нормативный метод;
- балансовый метод;
- экономико-математические методы и модели;
- расчетно-аналитический метод. [1, с. 205]

Суть метода нормирования заключается в том, что на основе заранее определенных норм и технико-экономических стандартов рассчитывается потребность в различных видах источников и источников их финансирования. К таким нормативам относятся ставки налогов, ставки тарифных взносов и сборов, нормы амортизационных отчислений, нормативы потребности в оборотных средствах и т. д. При нормативном методе планирования применяется система норм и нормативов, включающая в себя следующие виды: федеральные нормативы; местные нормативы; отраслевые нормативы; республиканские (областные) нормативы; утвержденные нормативы организации.

Суть метода баланса заключается в сопоставлении затрат с источниками их покрытия, во взаимной координации всех частей плана, его финансовых и производственных показателей. Результат требует сочетания материальных, рабочих и финансовых ресурсов. Метод баланса традиционно используется при распределении прибыли, планировании различных фондов. Суть балансового метода планирования заключается в том, что при построении балансов имеющиеся финансовые ресурсы связаны с фактической потребностью в них. Балансовый метод используется в первую очередь при планировании распределения прибыли и других финансовых ресурсов, в связи с чем пла-

нируется получение средств в фонды — фонд накопления, фонд потребления.

Однако экономико-математические методы позволяют количественно выразить взаимосвязь между выходными (зависимыми) показателями и независимыми переменными, используемыми для описания влияния определенных факторов. Это соотношение определяется моделью, которая представляет собой математическое описание экономического процесса в форме системы уравнений или неравенств. При применении экономико-математического моделирования корреляционный и регрессионный анализ и прогнозирование временных рядов изучаются на основе тенденции.

Корпоративные финансы — наиболее распространенный метод аналитического планирования, основанный на отношениях и зависимостях, существующих между ключевыми финансовыми переменными и элементами отчетности. В этом случае аналитическая модель представляет собой уравнение или неравенство, которое определяет отношения между зависимыми и независимыми переменными.

Расчётно-аналитический метод планирования финансовых показателей заключается в том, что на основе анализа достигнутой величины финансового показателя, принимаемого за базу, и индексов его изменения в плановом периоде, рассчитывается плановая величина показателя.

Данный метод планирования широко применяется в тех случаях, когда отсутствуют технико-экономические нормативы, а взаимосвязь между показателями может быть установлена косвенно, на основе анализа их динамики и связей. При учете затрат в разрезе постоянных и переменных расходов планирование осуществляется в отношении переменных затрат, т. к. постоянные затраты не имеют тенденции изменения, в зависимости от объемов производства и реализации продукции, и определяется по формуле 1:

$$C_{пл} = H \times V_{пл}, \quad (1)$$

где $C_{пл}$ — планируемая сумма переменных затрат, д. е.;

H — удельные затраты на единицу продукции (работ, услуг);

$V_{пл}$ — планируемый объем выпуска продукции в натуральном выражении, ед.

В случае планирования затрат на последующий период, планируемая сумма переменных затрат определяется, исходя из фактической их стоимости, и определяется по формуле 2:

$$C_{пл} = V_{пл} (C_{ф} \times V_{ф}), \quad (2)$$

где $C_{пл}$ — планируемая сумма переменных затрат, д. е.;

$V_{пл}$ — планируемый объем выпуска продукции в натуральном выражении, ед.;

$C_{ф}$ — фактическая сумма переменных затрат, д. е.;

$V_{ф}$ — фактический объем выпуска продукции в натуральном выражении, ед. [5, с. 28–29]

Для отражения влияния изменения затрат на финансовые результаты деятельности предприятия и прибыль,

представляется необходимым выявление факторов, которые влияют на их объем и формирование, при этом, наибольшее значение принимает определение точки безубыточности и определение порога рентабельности. Данная методика носит название операционного анализа (CVP-анализ). Анализ CVP является основным инструментом оперативного финансового планирования, который позволяет отслеживать зависимость финансовых результатов деятельности от затрат, объема производства и цен. [4, с. 430–433]

Операционный рычаг (от англ. — «Operating leverage» — OL) отражает долю постоянных затрат в издержках, которое несет предприятие в процессе своей деятельности. Сила воздействия операционного рычага (от англ. — «Degree of operating leverage» — DOL) определяется по формуле 3:

$$DOL = MP/OP = (OP+FC)/OP, \quad (3)$$

где DOL — сила воздействия операционного рычага;

MP — маржинальный доход, д. е.;

OP — прибыль от продаж, д. е.;

FC — постоянные затраты, д. е. [2, с. 445]

Одним из главных преимуществ маржинального анализа является то, что с его помощью существует возможность определить уровень нулевой прибыли (точку безубыточности), т. е. такой объем производства продукции, при котором у предприятия не будет ни прибыли, ни убытков.

Следует отметить, что метод планирования используется для проектирования прогнозируемых затрат на основе сметы расходов.

Оценки состоят из элементов затрат, и каждый элемент разрабатывается, а затраты планируются в соответствии с потребностями производства с учетом использования факторов, снижающих себестоимость продукции (работ, услуг), что обеспечивает повышение финансовых показателей компании.

В настоящее время большое внимание уделяется методам управления затратами в системе управленческого учета, с помощью которого осуществляется контроль над затратами предприятия. Эффективным является учет затрат предприятия по центрам ответственности, которая дает возможность рационализировать структуру затрат, оперативно реагировать на отклонения от нормальных запланированных расходов и затрат.

Проведение учета затрат по центрам ответственности реализуется с использованием системы бюджетирования, в основе которого лежит составление и утверждение бюджетов на прогнозируемый период. Система бюджетов, составляемых на предприятии, представлена на рисунке 1.

План — это система экономических, финансовых и имущественных показателей, подлежащих достижению в запланированный период времени. Всесторонний (полный) бюджет — это сочетание финансового и производственного планов, выраженных в числовых значениях, подлежащий исполнению в прогнозном периоде.



Рис. 1. Система бюджетов, составляемых на предприятии при бюджетировании

На основании вышесказанного можно сделать следующие выводы. Управление затратами — это динамичный процесс управленческих решений, направленных на оптимизацию затрат, с целью повышения финансово-экономической эффективности деятельности предприятия, роста конкурентоспособности выпускаемой продукции. В системе планирования классификация затрат по экономическим элементам служит основой для расчета сметы затрат на производство и реализацию продукции. Планирование затрат на производство и реализацию продукции осуществляется разными методами, выбор ко-

торых зависит от общеэкономических условий, размеров предприятия, масштабов его деятельности, учетных возможностей. В корпоративных финансах наибольшее распространение получили аналитические методы планирования. В целом, при реализации системы бюджетирования, затраты предприятия, представляющие собой материальные затраты, затраты на оплату труда, оказывают прямое влияние на исполнение сметы бюджета себестоимости производимой продукции и оказывают влияние на результативность исполнения финансовых бюджетов предприятия.

Литература:

1. Корпоративные финансы: учебник / коллектив авторов; под ред. М. А. Эскиндарова, М. А. Федотовой. — М.: КНОРУС, 2016. — С. 205.
2. Лукасевич И. Я. Финансовый менеджмент: Учебник — М.: «Эксмо», 2016. — С. 453.
3. Моляков Д. С. Финансы предприятий отраслей народного хозяйства: учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2014. — С.161
4. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий. Учебник — М.: ИНФРА-М, 2018. — С. 376.
5. Финансы организаций (предприятий): учебник для вузов. — 4-е изд., перераб. и доп. / Под. ред. Н. В. Колчиной. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — С. 29.

Банковские продукты и услуги для физических лиц: основные тенденции

Софийчук Виктория Анатольевна, студент магистратуры

Московский финансово-юридический университет МФЮА

Обзор основных тенденций и перспектив развития банковских продуктов и услуг на российском рынке.

Ключевые слова: банковские продукты и услуги для физических лиц, финансовые технологии, сегмент «ритейл», кредитные организации, сервисы, дистанционное обслуживание.

Конкуренция на рынке банковских продуктов и услуг для физических лиц в 2019 году достигла своего пика в связи с разработкой и внедрением технологий, которые кредитные организации предлагают использовать для расширения опций предоставляемых продуктов. Вероятно, что через несколько лет информационные технологии и инновации, процесс «digital» настолько охватят современные банковские реалии, что масштаб их достигнет критического размаха.

На сегодняшний день прогнозы в сфере экономики остаются многообещающими. Основное ядро здесь занимает именно банковский сектор, так как именно он позволяет аккумулировать и перераспределять ресурсы между различными экономическими субъектами [3]. Продолжающееся распространение информационных технологий или «диджитализация» розничного сектора банков становится основополагающим звеном изменений в перспективе.

И хотя все мы понимаем, что новые технологии могут иметь и разрушительный эффект для многих банков, в особенности мелких, вследствие того, что слишком много ресурсов отвлекается на их создание и разработку, адаптацию информационных технологий к банковским процессам является необходимостью. В связи с чем, многие банки расширяют отделы, ответственные за разработку и внедрение продуктов и программ, посредством которых осуществляется предоставление сервисов для клиентов. Во многих из них существуют целые управления, другие же используют услуги внешних компаний, которые создают продукт, однако после создания любого продукта необходима его адаптация для конкретных бизнес-процессов кредитной организации.

Исследования каналов предоставления банковских продуктов и услуг для розничного сегмента за последние несколько лет показали, что клиенты все больше начали использовать дистанционные каналы получения услуг, в том числе так называемый «мобильный банкинг» [2].

Посредством сбора и оценки информации от клиентов, банки могут предлагать индивидуальные продукты и услуги, которые капитализируют новую информацию. Однако банки должны соблюдать правила по обработке персональных данных, обозначенные законодательством. В данный момент все методы сбора информации о клиентах в банках соответствуют требованиям, предъявляемым к ним.

Так как технологии широко используются во всей банковской сфере, очень остро ставится вопрос обеспечения безопасности той информации, которая хранится в базах данных, и является ядром системы, которая используется для формирования индивидуальных предложений

и тарифов по банковским продуктам и услугам. В настоящее время используются защищенные сервера и другие методы, которые защищают экономическую информацию в организации [1].

Некоторые банки «ушли вперед» в своем стремлении к «диджитализации» и модернизации своих процессов, кто-то остался чуть позади, но в целом наблюдается положительная тенденция в оптимизации работы в большей степени сети отделений. Естественно, адаптация новых технологий влечет за собой отдельные риски, самый большой из которых — кибератаки.

Клиенты, пользователи банковских продуктов и услуг,веряя свою информацию, передавая ее в базы кредитной организации, заинтересованы в том, чтобы она оставалась конфиденциальной. Кредиторы должны быть уверены в том, что информационная безопасность является приоритетным направлением развития, так как они предлагают новые продукты или услуги, с целью сохранить доверие клиентов и приобретенную репутацию.

Стоит также отметить, что банки часто используют подход «клиент всегда прав», вследствие чего в 2019 году улучшение качества обслуживания стало своеобразным вызовом для сегмента ритейл.

С годами уровень удовлетворенности клиентов сервисом оказывает все большее влияние на то, насколько уверенно банк чувствует себя на рынке и насколько он готов к вызовам, которые может поставить отрасль, включая инновации в сфере информационных технологий, создание искусственного интеллекта и программ по обеспечению экономической безопасности [4]. С учетом роста количества традиционных банков, финансово-технические компании и технические фирмы выигрывают в борьбе за клиентов, ведущие, однако в этой игре остаются те кредитные организации, которые приоритизируют опыт обычных клиентов и стремятся сделать сервис лучше.

Последние тенденции в банковском секторе (рисунок 1):

Чему часто учат нас крупнейшие компании, такие, например, как Гугл или Амазон? Чем проще, тем лучше. Ты можешь получить информацию, ответы на интересующие вопросы и условия по продуктам «в один клик», просто набрав одно слово в поисковике своего браузера. Сделать один клик и получить доставку товаров домой завтра.

С финансовыми институтами продуктовый опыт совершенно противоположен — существует множество комплексных опций, сложных для понимания цен и «подводных камней», приложений с множественным выбором [5]. В войне за привлекаемые средства и за новых клиентов финансовые институты стараются размещать своим про-

дукты по обоим продуктовым направлениям — для физических лиц и для бизнеса.

Необходимо выделить четыре основных положения, которые помогают банкам и другим кредитным едини-

цам успешно трансформировать свои продуктовые линии, чтобы поддерживать высокий прирост новых клиентов, депозитов, выдаваемых кредитов (рисунок 2).



Рис. 1. Основные тенденции банковского сектора экономики

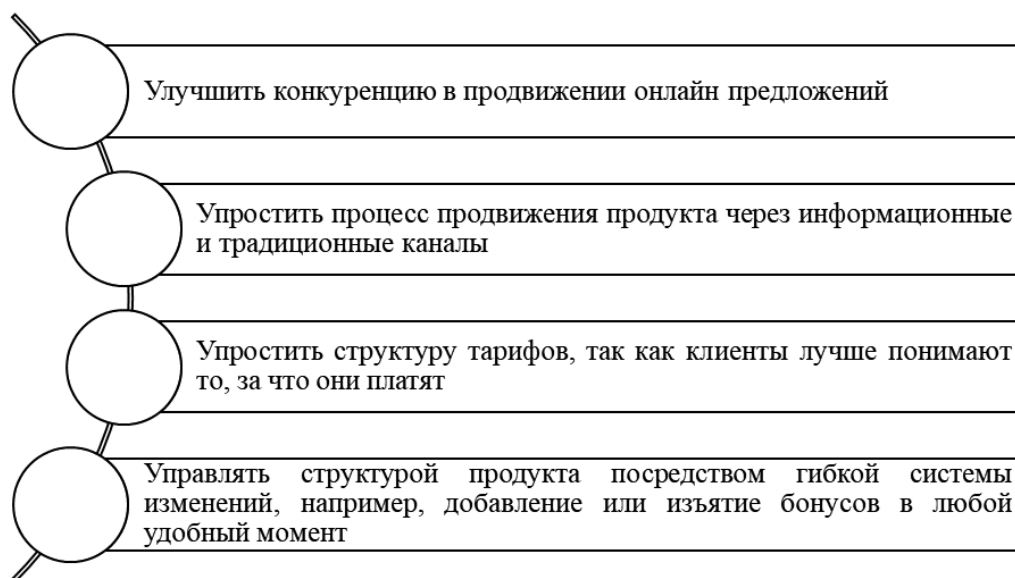


Рис. 2. Основные принципы трансформации продуктов в кредитных организациях

Таким образом, можно сказать, что сейчас основной тенденцией на банковском рынке является развитие дистанционных каналов предоставления продуктов и услуг, а также сервисов для сегментов «ритейл» и бизнеса. Сокращение числа отделений позитивно сказывается на уровне затрат кредитной организации, тем самым

увеличивая прибыль. С каждым днем появляются все новые способы привлечения клиентов, в том числе и посредством выпуска банковских продуктов и услуг, отвечающих требованиям целевого сегмента. В дальнейшем нас ждет еще большее дистанцирование от привычного для нас понятия «банк».

Литература:

1. Банковское дело: учеб. для бакалавров / под ред. Е. Ф. Жукова, Ю. А. Соколова. — М.: Юрайт, 2018.
2. Деньги, кредит, банки: учебник / под ред. Е. Ф. Жукова. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018.
3. Исаева Е. А. Банковское дело [Электронный ресурс]: учебное пособие / Исаева Е. А. — Электрон. текстовые данные. — М.: Евразийский открытый институт, 2017. — 320 с. ISBN: 978-5-374-00484-7.
4. Тавасиев, А. М. Банковское дело: управление кредитной организацией: учеб. пособие / А. М. Тавасиев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Дашков и К, 2018.

5. Цвырко А. А., Сухорукова Н. В. Риски банковской системы России // Экономика предпринимательства: теория и практика, 2018.

Перспективы развития ипотечного кредитования жилищного строительства на примере ПАО ВТБ

Филимонова Вероника Владимировна, студент магистратуры
Российский государственный социальный университет (г. Москва)

В статье рассматриваются сущность ипотечного кредитования и перспективы его развития в России.

Ключевые слова: ипотека, кредит, жилищное кредитование, заемщик.

The article deals with the essence of mortgage lending and prospects of its development in Russia.

Key words: mortgage, credit, housing lending, borrower.

Актуальность темы исследования обусловлена современным развитием ипотечного кредитования в России. Ипотека является мощным социальным инструментом, который реально помогает населению в нынешних условиях развития экономики [1, с.27]. С другой стороны, ипотека выступает важным фактором развития экономики страны посредством развития строительной отрасли, производства строительных и отделочных материалов, банковской системы.

На сегодняшний день огромное количество банковских учреждений активно занимается выдачей кредитов. Ипотека является неплохим решением проблемы, связанной с покупкой жилья при постоянном росте цен на рынке недвижимости [4, с.108].

По мере становления рыночных отношений, в России появляются финансовые механизмы, свойственные развитым странам. Одним из таких механизмов является ипотека, актуализация которой в последнее время связана с рядом макроэкономических причин (рис. 1)



Рис. 1. Макроэкономические причины развития ипотеки

Ипотека — такая форма кредитования, при которой банк предоставляет заемщику кредит на покупку недвижимости под залог этого недвижимого объекта. Ипотечный договор целевой, он содержит указание на конкретный жилой объект.

Ипотечный кредит обычно предоставляется на 10, 20 и более лет. Ипотека выдается на продолжительный срок с целью покупки или строительства жилья, а также приобретение земельных участков. В залог в обязательном порядке предоставляется приобретаемая или имеющаяся (ранее купленная) недвижимость [3, с. 36]. Помимо этого, имеются и другие особенности, вынуждающие банки пристально следить за качеством управления рисками.

— Кредит носит долгосрочный характер, сроки кредитования начинаются от 10 лет.

— Применяются различные виды страхования жизни и трудоспособности заемщика, а также объекта залога, позволяющие снизить риски кредитующих организаций.

— Необходимость привлечения оценщиков для определения стоимости залога, т. к. максимальная сумма выдаваемого кредита обычно не превышает 2/3 от оценки.

— Наличие залоговой недвижимости, лучше, если это будет иной объект, купленный ранее, а не вновь приобретаемое жилье.

Цены на недвижимость достаточно высоки, поэтому выплатить всю стоимость жилья сразу зачастую является невозможным для большинства граждан нашей страны. В этой ситуации люди и обращаются в банк с целью оформить ипотеку. Приняв решение взять кредит, нужно учитывать, что придется работать с банком как с кредитором, который выдаст необходимую для приобретения жилья денежную сумму.

Многие ошибочно думают, что ипотечный кредит берется только для покупки недвижимости. Это не так. Такой кредит можно взять для любых целей — покупки автомобиля, оплаты учебы или лечения, приобретения предметов роскоши. Главной особенностью ипотечного кредитования является не цель, для которой оформляется заем, а то, что кредит оформляется под залог недвижимости. Например, заемщик оформляет кредит на приобретение квартиры и в качестве гарантий уплаты долга оставляет банку эту квартиру в залог. Это стандартный ипотечный кредит. А если банк предоставит ему кредит без залога, то даже если денежные средства будут потрачены на приобретение недвижимости, данный вид кредитования не считается ипотечным.

Ипотечное кредитование — это сравнительно новый вид кредитования. Развитие такого вида кредитования про-

ходит в сложной экономической ситуации. Но, несмотря на это людей, готовых пользоваться ипотекой, гораздо больше, чем предложений на этом рынке.

Ипотечному жилищному кредиту присущи все риски, характерные для кредитования в целом. Однако имеется перечень особенностей, специфических рисков, что вынуждает проводить отдельные по разработке особых методов управления. Они тесно связаны с процедурой проведения ипотечной операции. Из целой совокупности разнообразных рисков можно выделить те немногие, что влияют на ликвидность системы ипотечного кредитования в наибольшей степени. Степень их влияния, конечно, различна, как и методы устранения, но по значимости они примерно одинаковы.

В настоящее время ипотечное кредитование в России получило широкое распространение и в первую очередь это обусловлено относительной стабильностью экономической ситуацией в стране, упорядочиванием законодательства в области кредитования в целом, и ипотечного кредитования в частности и безусловно снижением процентных ставок.

В целом рынок ипотечного жилищного кредитования развивается активными темпами. К ипотеке присматривается все больше жителей регионов, растет законодательная база, что упрощает взаимодействие участников рынка. Все больше потенциальных заемщиков при планировании покупки предпочитают ипотечные кредиты другим формам приобретения.

Для развития ипотечного кредитования в России государством предпринимается огромное количество различных мероприятий. Среди них следует отметить: развитие законодательства в области жилищного строительства, защиты интересов заемщиков строящегося жилья, обеспечительные меры по поддержке заемщиков на период потери работы, а также поддержка заемщиков с детьми.

Безусловно поддержка заемщиков с детьми преследует и демографическую цель, стимулирование рождаемости и увеличение численности населения России.

Дальнейшее развитие будет зависеть от действий государства и от макроэкономической ситуации на рынке.

Таким образом, ипотечный кредит — это кредит, обязательство, возвращение которого обеспечено залогом недвижимого имущества (ипотекой). Дальнейшее развитие ипотечного кредитования в России обусловлено влиянием таких факторов как государственная поддержка, укрепление макроэкономических показателей развития российской экономики, развитие законодательства в области жилищного строительства, ипотечного кредитования.

Литература:

1. Белоусов А. Л., Карташова Е. Г. Институт кредитных историй: тенденции и перспективы развития // Финансы и кредит. — 2016. — № 14. — С. 25–31. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/institut-kreditnyh-istoriy-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya>
2. Данные ЦБ РФ. — [Электронный ресурс] — режим доступа www.crb.ru — дата обращения 10.04.2019.

3. Иванова Н. Оценка кредитоспособности заемщика // Бухгалтерия и банки. — 2016. — № 8 — С. 35–37.
4. Киселева М. А. Тенденции развития финансово-кредитных отношений в России // Инновационная наука. — 2016. — С. 107–109. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-finansovo-kreditnyh-otnosheniy-v-rossii>
5. Коваленко С. Б., Травкина Е. В. Факторы развития кредитных отношений // Теория и практика общественного развития. — 2016. — С. 39–41. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-razvitiya-kreditnyh-otnosheniy>

Применение ситуационных подходов в образовании

Ходосова Евгения Вадимовна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В статье описаны преимущества применения ситуационных подходов в учебных заведениях, от чего зависит эффективность применения данных подходов, какие факторы за это отвечают. Также приводятся особенности применения управленческих методов и концепций в зависимости от технологий, согласно исследованию Дж. Вудворт.

Ключевые слова: ситуационный подход, ситуационные подходы, ситуационное управление в образовании, ситуационный менеджмент, качество образования.

Ситуационные подходы в образовании могут применяться на первых же занятиях, но для формирования компетентного и высококвалифицированного управленца необходимо, чтобы учащийся постепенно, в ходе учебного процесса, накапливал те инструменты и концептуальные подходы, которые затем с наибольшей эффективностью он сможет применить к решению более сложных управленческих задач. Руководитель должен уметь предвидеть и оценивать вероятные положительные и отрицательные последствия реализации принятых решений и применения выбранной им конкретной методики или концепции.

Ситуационные подходы в образовании позволяют будущим экономистам и управленцам освоить навык адекватно интерпретировать ситуацию и трактовать условия и обстоятельства работы фирмы как факторы и переменные, оказывающие значимое воздействие на результат.

Данный подход в управлении качеством образования опирается на правило, сформулированное еще М. Фоллет [1, с.276]: управленческие решения необходимо принимать на основе изучения всей совокупности ситуационных факторов.

Эффективное управление в каждой конкретной ситуации опирается на следующие шаги руководителя и управленческого звена [2, с. 19–22]:

- получение руководителем необходимых знаний;
- идентификация и анализ ситуации;
- выбор подхода и методов управления в сложившейся ситуации;
- оценка вероятных последствий ситуационного управления;
- создание необходимых условий для проведения изменений;
- проведение изменений.

Для того, чтобы понимать основные параметры ситуационного управления, необходимо рассмотреть ряд факторов, определяющих эффективность применения тех или иных управленческих подходов. Так, в качестве определяющих переменных, играющих решающую роль при выборе наиболее уместной управленческой концепции и инструментов, различные исследователи называли [3]:

- технология, которая используется (Джоан Вудворд);
- состояние окружающей среды (Том Берне, Джордж Сталкер, Пол Лоуренс и Джей Лорш);
- размеры организации (Дерек Пью, Дэвид Хиксон, Питер Блау, Ричард Шенхер) и ее стратегию (Альфред Чэндлер).

В 1953 г. Дж. Вудворд и группа исследователей из Технологического колледжа Южного Эссекса сделали несколько исследований, которые определяли связь технологии и организации. Под технологией понималось в качестве комплекса предметов и процессов, участвующих в преобразовании сырья, труда и данных в финальные продукты и услуги. Данный масштабный анализ включал 100 британских организаций, относящихся к различным областям промышленности. Эти организации были отделены и сгруппированы в 3 категории и по этим критериям были определены основные характеристики организационной структуры управления [3] (см. табл.)

По результатам анализа были сделаны заключения о том, что в компаниях 1-го и 3-го типов самое значимое было прямое неформальное общение, одновременно в организациях 2-го типа предпочтение ставилось превыше всего формальные, написанные договора и распоряжения. Помимо этого, в организациях массового производства наблюдалось классическое противодействие линейных и штабных сотрудников, при котором первые несли ответ-

ственность за принятие решений и управление сотрудниками, когда 2-й предпринимал консультативные и вспомогательные задачи. Напротив, на предприятиях 1-го и 3-го типов грань между линейными и штабными сотрудниками была стерта за счет того, что от линейных управляющих также требовались профессиональные технические задания. Кроме того, средний уровень квалификации всех ра-

ботников предприятий второго типа был ниже, а количество ступеней административной структуры и подчиненных у каждого руководителя — больше. Итог, который получился, согласно Дж. Вудворд говорил о том, что это соотносится со стандартизацией задач в организациях, где имеется массовое производство, и что, технология определяет свойства организационной структуры.

Особенности применения управленческих методов и концепций в зависимости от технологий, согласно исследованию Дж. Вудворт

Типы компаний	Особенности орг. структуры управления
штучное/мелкосерийное производство (например, пошив одежды на заказ)	гибкость отношений «начальник — подчиненный», подразделения в них соответствовали какому-то из типов изготавливаемой продукции, специализация внутри подразделений была низкой, принятие решений децентрализовано, и в подчинении у одного руководителя было небольшое количество служащих
массовое/серийное производство (изготовление большого количества стандартной продукции, типа дешевых автомобилей)	жесткость административной структуры, подразделения складывались из людей, делавших одну и ту же операцию в общем технологическом процессе, уровень специализации был высокий, решения принимались централизованно, и каждый руководитель имел большое количество подчиненных
процессуальное/непрерывное производство (например, пивоваренное)	Гибкая структура, с децентрализованным принятием решений, с низкой степенью специализации

Литература:

1. Шаш Н. Н. Обучение персонала. Ситуационный менеджмент. — М.: ИД «РАВНОВЕСИЕ», 2007. — С. 276.
2. Жданов С. А., Сильченко А. П. Модель ситуационного управления качеством подготовки учащихся к ЕГЭ по информатике // Вестник Российского Университета Дружбы Народов (РУДН). Серия «Информатизация образования». — 2012. — № 1. — С. 19–22.
3. Казначевская Г. Б. Менеджмент: учебное пособие для бакалавров. — РрД: Феникс, 2013.
4. Поспелов Д. А. Принципы ситуационного управления // Техническая кибернетика. — 1971. — № 2. — С. 10–18.
5. Поспелов Д. А. Ситуационное управление: теория и практика. — М.: Наука, 1986. — 288 с. — С. 11.

Особенности регулирования системы оплаты труда. Зарубежный опыт

Шарапанюк Виктория Витальевна, студент магистратуры

Северо-Западный институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Санкт-Петербург)

Оплата труда — это основа взаимоотношений между работодателем и работником, влияющая на удовлетворенность работой, качество работы и уровень жизни. Во многих европейских странах в дополнение к базовой оплате труда компании все чаще используют дополнительные системы вознаграждения сотрудников для поощрения результатов работы и мотивации сотрудников. Эти системы включают в себя выплаты, связанные с результатами работы, заработную плату в натуральной форме, дополнительные взносы на социальное обеспечение и схемы финансового участия, такие как распределение прибыли.

Мировой опыт организации оплаты труда выделяет три основные модели — американскую, японскую и западноев-

ропейскую, при этом основными формами регулирования зарплаты за рубежом являются: — государственное регулирование — колдоговорное регулирование на общенациональном и отраслевом уровне; — на договорной основе между правительством, руководством отраслей и профсоюзами; — фирменные коллективные договоры; — рынок рабочей силы и др. [1]

Европейский Союз обладает очень слабой регулятивной компетенцией в области оплаты труда; его роль ограничивается борьбой с дискриминацией и поощрением равной оплаты за равный труд. Однако из-за их влияния на рост и занятость рост заработной платы является предметом общей озабоченности для государств-членов ЕС и тща-

тельно отслеживается в рамках процесса координации занятости и экономической политики, включенного в стратегию «Европа 2020».

Согласно данным опроса европейских компаний 2019 года (ECS), 62% европейских предприятий используют ту или иную форму переменной оплаты труда. Наиболее распространенным типом оплаты труда является оплата, связанная с индивидуальной деятельностью и оцениваемая с помощью управленческой оценки (43%), за которой следуют оплата по результатам (34%), распределение прибыли (30%) и оплата, связанная с деятельностью группы (25%). Схемы долевого участия используются 5% предприятий. Национальные данные подтверждают частое использование в большинстве стран форм оплаты труда, связанных с переменными результатами работы, которые составляют от 5% до 10% от общего уровня заработной платы, хотя данные носят разрозненный характер и существуют значительные различия между странами. Заработная плата и оклады в натуральной форме также распространены в большинстве государств-членов (Таблица 1), в то время как схемы финансового участия (за исключением распределения прибыли) менее распространены.

Использование дополнительных систем вознаграждения сильно варьируется в зависимости от характеристик

компании. Эти системы более распространены в частном секторе, чем в государственном (с некоторыми национальными исключениями), а также в некоторых секторах экономики, в частности в сфере информационно-коммуникационных технологий, финансов, страхования и консалтинга.

За рубежом работодатели самостоятельно устанавливают методы вознаграждения работников, используя при этом любые формы и системы оплаты труда, премирования, установления доплат и надбавок. Условия оплаты труда прописываются в локальных нормативных актах [3].

Крупные компании чаще используют эти системы, чем малые и средние предприятия, и они также более распространены в компаниях с иностранным капиталом или многонациональных компаниях, а также в компаниях, расположенных в экономически центральных или развитых регионах.

Различия также существуют в зависимости от характеристик работников. Таким образом, мужчины, как правило, выигрывают от этих систем больше, чем женщины, как и группы среднего возраста по сравнению с молодыми и пожилыми работниками. Премии, оклады натурой и социальные пособия чаще встречаются среди руководителей, специалистов и техников, чем среди работников с более низким профессиональным образованием.

Таблица 1. Национальные примеры заработной платы и окладов в натуральной форме

Страна	Схемы использования заработной платы и окладов в натуральной форме
Австрия	Заработная плата (платежи в натуральной форме) Льготы в натуральной форме, такие как субсидированное использование столовых и детских учреждений компании, частное использование служебного автомобиля или служебного телефона
Финляндия	Неденежное вознаграждение, при котором работник получает только права доступа к товарам, которые должны оставаться в собственности или управлении работодателя
Германия	Индивидуальные безналичные платежи Льготы в натуральной форме
Венгрия	Система кафетериев, которая предлагает «меню» льгот, таких как талоны на питание, помощь в возвращении в школу, проездные билеты и посещение спортивных мероприятий, получила широкое распространение в 1990-х годах благодаря льготному налогообложению.
Португалия	Платежи в виде товаров или услуг Дополнительные суммы, выплачиваемые по определенной причине, например, питание или транспорт Неденежные выплаты работникам
Швеция	Неденежная компенсация за работу

Информация о взаимосвязи между системами дополнительного вознаграждения и условиями труда практически отсутствует. Вообще говоря, дополнительная оплата труда чаще встречается в компаниях, которые способствуют вовлечению своих сотрудников в процесс принятия решений и самостоятельности в работе, а также в компаниях, которые платят более высокую заработную плату. В некоторых случаях в Европейских странах работники не рассматривают дополнительное вознаграждение как преимущество, особенно когда фиксированная заработная плата низкая.

В последние десятилетия распространенность дополнительных систем вознаграждения возросла как с точки зрения

числа компаний, использующих их, так и с точки зрения числа охваченных ими сотрудников. Для работодателей они являются источником гибкости, инструментом усиления мотивации и способом увязки оплаты труда с результатами деятельности предприятия.

Многие страны предлагают стимулы для внедрения этих систем в виде налоговых скидок или отчислений на социальное обеспечение. Однако экономический кризис 2008 года показал негативное влияние на использование дополнительных вознаграждений, поскольку компании пытались снизить затраты на рабочую силу, а правительства сократили налоговые или социальные льготы, которые они влекут за собой [2].

Дополнительные системы вознаграждения регулируются сочетанием трудового законодательства, налоговых положений и коллективных договоров. Положения и условия в национальных трудовых кодексах или законах, как правило, устанавливают общие параметры в отношении оплаты труда, но не обязательно в отношении дополнительных систем вознаграждения. Сфера применения правил варьируется в зависимости от страны. Некоторые страны устанавливают правила для систем вознаграждения в государственном секторе, в то время как другие устанавливают четкие ограничения на выплаты натурой, а другие не имеют конкретных правил, касающихся дополнительных вознаграждений.

Последние изменения в национальном законодательстве направлены на установление более строгого контроля за премиальными выплатами в финансовом секторе.

Использование и наличие дополнительных систем вознаграждения работников, вероятно, будет расширяться в будущем, особенно в контексте экономического подъема и особенно в частном секторе. Работодатели обычно считают, что системы вознаграждения, основанные на результатах работы, повышают мотивацию сотрудников и их идентификацию с компанией, а также поощряют предпринимательское поведение. Они также обеспечивают большую гибкость в управлении затратами на рабочую силу и могут быть использованы для увеличения собственного капитала. Налоговые льготы и ограниченные взносы на социальное обеспечение являются дополнительным стимулом.

Профсоюзы, как правило, положительно относятся к дополнительным системам вознаграждения работников, но они также заявляют, что если эти системы не будут должным образом разработаны, они могут привести к неравенству, а также нестабильности доходов.

Системы переменной оплаты труда иногда рассматриваются как способ установления управленческого контроля в условиях более низкой фиксированной заработной платы и высокой безработицы. Профсоюзы также утверждают, что, хотя эффективность может быть законной причиной различий в оплате труда, системы оценки эффективности должны быть надежными и прозрачными. Профсоюзы также отмечают, что некоторые дополнительные пособия не рассчитываются или рассчитываются по более низкой ставке для взносов на социальное обеспечение, что может

повлиять на будущие права на получение пособий по болезни, безработице или пенсии [4, с.79].

Даже там, где профсоюзы открыты для увязки заработной платы и производительности (как в некоторых странах ЕС, которые особенно пострадали от кризиса), они подчеркивают, что достойная базовая заработная плата должна быть гарантирована.

Баланс сил между социальными партнерами (включая плотность профсоюзов и охват коллективных переговоров) и использование государственных стимулов (например, налоговые скидки) играют ключевую роль в повышении привлекательности этих форм оплаты труда как для работодателей, так и для работников.

Государственные политики, разрабатывающие схемы социального обеспечения, налоги и варианты финансового участия работников, должны быть осведомлены о нормативно-правовой базе, используемой в различных странах, а также о преимуществах и ограничениях различных видов практики, с тем чтобы они могли выбирать схемы, которые наилучшим образом соответствуют национальной ситуации.

Таким образом, оплата труда, или вознаграждение, является основой взаимоотношений между работодателем и работником. Уровень оплаты труда в значительной степени влияет на удовлетворенность работников работой, качество труда и уровень жизни. Для работодателей оплата труда составляет наиболее значительную часть затрат на оплату труда и, в целом, составляет значительную часть стоимости товаров и услуг.

Вознаграждение включает в себя все денежные вознаграждения, которые работники получают за свою работу. Типичной формой вознаграждения является базовая оплата за отработанные стандартные часы (например, зарплата в размере €x в месяц или €y в час за 30 — часовую неделю). Работодатели обычно доплачивают за работу в нерабочее время (например, ночные смены и выходные дни), за более продолжительное время (сверхурочные) и за работу в особо тяжелых условиях (например, доплаты за риск, шум или работу с тяжелыми грузами). Эти дополнительные выплаты обычно вытекают из обязательств по коллективным договорам или законам. В дополнение к этим «традиционным» формам оплаты труда предприятия уже некоторое время внедряют то, что называется «дополнительные системы вознаграждения работников», предназначенными для поощрения результатов работы и мотивации работников.

Литература:

1. Ветрова А. Ю. Зарубежные системы оплаты труда, как опыт для России // Сибирский федеральный университет URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/38637404.pdf>
2. Макашева Н. П., Шильников А. С. Анализ мирового опыта развития систем оплаты труда // Проблемы учета и финансов. 2013. № 3 (11). С. 26–29.
3. Тур В. М. Зарубежный опыт применения форм и систем оплаты труда // Труды БГТУ. Серия 5: Экономика и управление. 2016. № 7 (189). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-primeneniya-form-i-sistem-oplaty-truda> (дата обращения: 15.01.2020).
4. Федченко А. Стимулирование работников: зарубежный опыт. // Человек и труд. — 2014. — № 3. — С. 79–81

Современные подходы к управлению деятельностью предприятия

Шерemet Мария Николаевна, студент магистратуры

Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

Любая предпринимательская деятельность требует того, чтобы в организации был налаженный управленческий учет, в частности необходимо учитывать современные тенденции в рыночной экономике и в развитии бизнеса.

Современные управленческие процессы включают в следующие основные подходы:

1) Процессный подход. Цель — организация горизонтальных взаимосвязей внутри предприятия. Главным функционалом подхода выступает процесс, а чтобы он полноценно применялся, участников разделяют на 2 группы: с административными функциями и конкретными специальными.

Для повышения эффективности работы необходимо следовать принципам:

- востребованность процесса — до начала работы нужно четко понимать кто и где будет являться потребителем предлагаемого продукта;
- взаимосвязь процессов — все процессы тесно связаны и представляют звенья одной итоговой цепочки;
- документирование процессов — при помощи документирования можно ввести стандарты выполнения процессов и получить аналитические данные для дальнейшего использования;
- контроль процессов — группа с административными функциями должна определять показатели, по которым будут сверяться итоговые показатели;
- ответственность за процесс — представители разных отделов могут взаимодействовать между собой.

Основные плюсы данного подхода — сокращение вертикальных движений и ориентация на повышение предсказуемого результата.

2) Системный подход. Данный подход заключается в рассмотрении всех объектов анализа как единое целое. Происходит четкая постановка целей, сокращение затрат при условии повышения результата, а также определение и выстраивание иерархии.

Учитывая тот факт, что в реальной деятельности любого предприятия все системы взаимодействуют с неограниченным количеством внешних факторов, то стоит выделять наиболее существенные для каждой конкретной ситуации факторы и, с их учетом, выполнять решение поставленных задач. Исходя из всех внешних факторов, формируются входные данные. Однако, при этом главное учитывать обратную связь и анализировать полученные результаты.

Основной особенностью данного подхода в управлении является динамичность и изменяемость всей системы учета, следовательно, ее результатов в зависимости от изменения любого из входных данных.

3) Ситуационный подход. Данный подход заключается в том, что любые производственные процессы за-

висят от внутренних и внешних факторов, поэтому следует определять лучший управленческий способ в каждой конкретной ситуации. Таким образом, текущая ситуация на предприятии находится в центре внимания руководителя и заставляет его принимать практические решения. Этот подход считается самым действенным, так как предыдущие подходы включают в себя комплексы теоретических принципов.

Руководитель здесь играет значительную роль, именно он принимает основные решения, поэтому руководитель должен быть хорошо знаком с системным анализом, методами планирования и контроля, а также количественными методами принятия решений.

Современные подходы к управлению деятельности предприятия, учитывая мировые тенденции, а также скорость развития технологий, должны включать, в-первую очередь, процессы управления качеством, а также совершенствование любых процессов и, следовательно, результатов решения поставленных задач всеми подразделениями организации. Получение максимальной прибыли с оправданием ожидания потребителей, т. е. увеличением качества предоставляемых работ, услуг и/или товаров должно являться основой любой стратегии развития и управления предприятием. Для этого стоит обратить внимание на следующие процессы:

1. Облачные технологии хранения и обмена данных, веб-приложения и автоматизация проектирования бизнес-процессов
2. Бюджетирование нулевого цикла (бюджет собирается с нуля нового года, а не на опыте прошлых лет)
3. Многоуровневая организация
4. Повышение квалификации

1) Облачные решения на сегодняшний момент представляют модуль повсеместного и удобного доступа к сохраняемой информации.

Облачные технологии — это технологии обработки данных, в которых компьютерные ресурсы представляются Интернет-пользователю как онлайн-сервис.

По документации IEEE облачные технологии — это «парадигма, которая постоянно хранит пользовательскую информацию на интернет-серверах и лишь временно кэшируется на стороне пользователя». Главным удобством является то, что это могут быть любые устройства, будь то компьютеры, планшеты или смартфоны.

Самой главной функцией облачных технологий является удовлетворение потребностей пользователей, нуждающихся в удаленной обработке данных.

Так чем же облачные технологии могут помочь бизнесу?

Во-первых, предпринимателю не нужно заботиться в производительности своей компьютерной техники, в частности дисковом пространстве.

Во-вторых, предприниматель будет платить только за сервис и выбранные на нем действия. Таким образом, можно значительно снизить расходы предприятия.

В-третьих, потребитель имеет круглосуточный доступ к данным, что делает многие моменты управления предприятием более оперативными, что в свою очередь может повысить выгоду. Данный момент, является главным преимуществом облачных технологий хранения.

Использование веб-приложений, таких как, Google формы и таблицы, значительно облегчает процесс введения данных и получения аналитики. К тому же, процесс обучения для обычных пользователей прост и доступен, что также немаловажный плюс.

2) Бюджетирование нулевого цикла

Существует огромное количество разнообразных видов и способов бюджетирования. Однако, в последнее время становится весьма популярным и экономически интересным вид бюджетирования нулевого цикла. Особенностью данного способа является то, что в расчет не берутся фактические данные прошлых периодов, и тем самым нет ретро-анализа. Преимущество бюджетирования нулевого цикла или, другими словами, составления бюджета с нулевой базой в том, что необходимо тщательно прорабатывать каждую статью бюджета, основываясь на планах текущего периода, и, тем самым, составлять и прорабатывать более детальные обоснования о необходимости тех или иных затрат и их размеров. Основное внимание при таком методе отводится конечным результатам и соответствует принципу «ценность за деньги»

Но, как и у любого способа, данный метод бюджетирования имеет свои недостатки. Основной из них — бюджетирование нулевого цикла предназначено для финансирования короткого цикла (12 месяцев). При длительных проектах такой способ не будет актуальным. К недостаткам также можно отнести трудозатратность и дороговизну. К тому же при определении прогнозных значений некоторых показателей без использования данных прошлых периодов результаты могут быть менее точными и, соответственно, менее эффективными.

3) Многоуровневая организация

При формировании комплекса подходов к управлению деятельностью предприятия стоит учитывать выбор организационной системы управления. Он, в свою очередь, зависит от видов деятельности организации и внешних факторов.

Самой распространенной системой является линейная, где все ее элементы находятся в подчинении от верх-

него уровня до самого нижнего. Здесь имеются две разновидности — плоская и многоуровневая. Преимуществом плоской является ее простота, такая система имеет мало уровней и предполагает большое количество сотрудников, подчиняющихся одному руководителю.

В многоуровневой системе, напротив, одному руководителю подчиняются малое количество сотрудников, количество уровней возрастает, и, следовательно, объем руководящего персонала увеличивается. К преимуществам можно отнести более высокую производительность труда на предприятии, так как существует более тесный контакт между подчиненным и руководителем, таким образом, процесс обсуждения проблем и принятия решений происходит более оперативно. Данная система лучше всего работает на небольших предприятиях. Учитывая рост на рынке предприятий среднего бизнеса, использование многоуровневой системы будет приносить положительные результаты за счет роста производительности и удовлетворенности результатами.

4) Повышение квалификации

В современных условиях научно-технический прогресс требует того, чтобы персонал предприятия, в том числе и руководящий, постоянно повышал свою профессиональную квалификацию.

В ходе развития персонала предприятие получает следующие преимущества:

- улучшается система мотивации;
- происходит рост лояльности персонала к организации;
- повышается эффективность сотрудников, тем самым происходит рост итоговых результатов;
- персонал способен удовлетворять как текущие, так и будущие потребности предприятия на более высоком уровне.

К тому же наличие разнообразных сертификатов у персонала организации положительно сказывается на рейтинге самого предприятия и делает его более конкурентоспособным.

Исходя из всего вышесказанного и учитывая разнообразие в подходах к управлению деятельностью предприятия, руководителю организации необходимо тщательно продумывать и просчитывать какие методы и механизмы более приемлемы в ведении бизнеса и отвечают всем поставленным задачам. В зависимости от того насколько точно подобраны подходы, будет расти результативность.

Литература:

1. Управление развитием и обучением персонала. Трубочева Е. А // Научные статьи Казахстана. URL: <https://articlekz.com/article/11278>.
2. Бюджетирование/Бюджетирование и процесс стратегического планирования. Handbook of budgeting / ed. by William R. Lalli. — 6th ed. — Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2012—846с.
3. Рыжкова О. В., Рюмкин О. М. Управлением предприятием: современные подходы к построению внутрифирменного обучения персонала и повышению его квалификации в РФ // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. Научно-практический журнал. — 2016. — № 3. — С. 19—23.

4. Современные подходы к управлению // Образовательный сайт Викторовой Т. С. URL: <http://www.viktorova-ts.ru/lek/Sovremennye-podhody-k-upravleniyu/index.html>
5. Современные подходы к управлению (процессный, системный, ситуационный) // Студенческий научный форум — 2018. URL: <https://scienceforum.ru/2018/article/2018004430>

Экономические взгляды Троцкого и их влияние на экономическую мысль

Шеуджен Аслан Моссович, студент

Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина (г. Краснодар)

Статья посвящена комплексному анализу экономических взглядов Троцкого, проанализирован своеобразный подход Троцкого к мировым проблемам в международном контексте, изучено его отношение к индустриализации, проведено исследование основных научных трудов Троцкого, изучена его идея «перманентной революции».

Ключевые слова: марксизм, троцкизм, плановая экономика, перманентная революция, мировая революция.

Trotsky's economic views and their influence on economic thought

Sheuezhzen Aslan Mossovich, student

Kuban state University agrarian University name I. T. Trubilin

The article is devoted to a comprehensive analysis of Trotsky's economic views, analyzed Trotsky's peculiar approach to world problems in the international context, studied his attitude to industrialization, conducted a study of Trotsky's main scientific works, and studied his idea of a «permanent revolution».

Key words: marxism, trotskyism, planned economy, permanent revolution, world revolution.

Л. Троцкий — одна из самых мифологизированных фигур 20-го века. Десятилетия советской пропаганды дали о себе знать. Даже после распада СССР образ Л. Троцкого в России воспринимается в основном в негативном свете. Неважно, какими эпитетами он был награжден: злейшим врагом страны Советов, кровавым диктатором, предателем, шпионом и провокатором, агентом империализма, лидером мирового сионизма и даже самим дьяволом, воплощенным в облике революционера.

В мире отношение к Л. Троцкому разное: от нейтрального до крайне позитивного. Сегодня на Западе существует ряд политических партий, исповедующих троцкизм 30-х годов. Последователи Троцкого продолжают действовать в более чем 60 странах, включая Францию, Великобританию, Германию, Швецию, Данию и Соединенные Штаты. Количество их, по мнению исследователей, превышает 100 тысяч человек [3, с. 127].

Удивительно, но не только левые радикалы, но и люди с умеренными взглядами искренне уважают личность Троцкого. Почему демон революции подкупил их так сильно? Во многом своими идеями, которые на Западе близки к истинным ценностям социалистической революции.

Цель статьи — проанализировать экономические взгляды Троцкого и их влияние на экономическую мысль.

Американский коммунист Джеймс Кэннон отметил, что «троцкизм — это не новое движение или новая док-

трина, а только восстановление, возрождение подлинного марксизма, который был разработан и осуществлен русской революцией» [5, с. 130].

Философ Николай Бердяев был уверен, что «Лев Троцкий во всех отношениях стоит на много выше других большевиков, кроме Ленина. Ленин, конечно, крупнее и сильнее, он глава революции, но Троцкий более талантлив и гениален».

Несмотря на то, что Троцкий был сторонником жесткого политического режима, который своими репрессивными мерами не уступил бы Сталину, очарование его личности устраняет непримиримость революционера по отношению к классовым врагам. Необыкновенные таланты, удивительная пронизательность и блестящие экономические взгляды сделали его кумиром не одного поколения западных социалистов.

Троцкий очень популярен в научных кругах, не в последнюю очередь из-за неоднократных призывов строителей нового общества «грызть гранит науки».

В русской истории Л. Троцкий играл исключительную роль. На наш взгляд ни три русские революции, ни последующий период советской истории, охватывающий почти весь 20-й век, невозможно представить без понимания роли Троцкого. Он был не только вторым после В. И. Ленина, лидером Октябрьской революции 1917 года, все решающим для России, организатором Красной Ар-

мии и ее побед в гражданской войне, но и одним из основоположников Советского государства и плановой экономики. Лидер антисталинской идеологической и политической оппозиции, предложивший альтернативный путь развития страны. Л. Троцкий первым поднял знамя борьбы с бюрократическим перерождением советской (в то время народной) власти и ее превращением в тоталитарное государство, впервые применив этот термин для его характеристики.

Собственное понимание Троцким идей марксизма привело к продвижению теории «перманентной революции», которую он выдвинул еще в 1905 году. Суть концепции «перманентной» или «ползучей» революции заключалась в том, что сначала происходит буржуазная демократическая революция, гегемоном которой является пролетариат. Далее, буржуазная революция перерастает в социалистическую революцию, когда рыночные отношения отвергаются обществом как несправедливые и социально неприемлемые.

Троцкий считал построение Маркса и Ленина о возможности победы революции в одной стране неправильным. Троцкий полагал, что только одновременная революция во многих странах создаст новую экономику на основе плановой экономики. Объединенные капиталисты непременно сокрушат любую страну победоносным социализмом. «Мы начинаем и продолжаем борьбу на национальной основе с полной уверенностью в том, что наша инициатива даст толчок борьбе в других странах; и если этого не произошло, то безнадежно думать... что, например, революционная Россия может встать перед лицом консервативной Европы», — писал Троцкий в 1917 году.

В концепции перманентной революции Троцкий заложил модель совершенно другого человека, отличного от «гомоэкономики» маржиналистов, где каждый человек максимизирует выгоды и избегает неэффективных затрат. В этом отношении Троцкий гораздо ближе к лидеру анархистов П. Кропоткину, который наделил людей «инстинктом солидарности» и привел доказательства из мира людей и животных.

Троцкий сформировал новый дизайн — «революционный человек» [9, с. 7]. Каждый человек, согласно взглядам Троцкого, имеет сильный этический императив «революционного сжигания», когда все мысли и стремления человека подчинены идее создания нового общества, новой культурной и социально-экономической среды. Общественные интересы были поставлены намного выше личных интересов, а скотские эгоистичные инстинкты подавлялись совестью или внешней силой.

Помня о марксистском философском тезисе «бытие определяет сознание», Троцкий всячески продвигал тезис о воспитании масс в новом, революционном духе. В идеях самого Троцкого и его последователей мы больше не находим гуманизм французских утопических социалистов или благоразумие британских политологов, на которых основывался марксизм (Ленин писал о теоретических основах марксизма в своей знаменитой работе «Три источника и три составные части марксизма»).

Место добровольности и сознательности труда в троцкизме занимают принуждение и концепция «милитаризации труда». Троцкий впервые выдвинул эту доктрину в период «военного коммунизма», когда деньги почти полностью утратили свое значение, а служба труда стала обычным явлением.

Впоследствии Троцкий решил превратить конную армию в рабочую армию. Руководители взводов и отрядов стали мастерами и руководителями групп в полевых и строительных командах, в промышленности, на транспорте и в других отраслях экономики. Дезертирство в рабочей армии было значительным, и Троцкий приказал расправиться с беглецами и отказниками самым жестоким образом.

В своих трудах и выступлениях Троцкий всячески пропагандировал «неэкономическое принуждение», характерное не только для военной экономики, но и для победоносного социализма. В частности, Троцкий писал: «Гражданский труд взорвался империализмом и тем самым создал условия... для организации солидарности на обязательной социальной основе, то есть на основе социализма» [8, с. 76].

Сознавая историческую зависимость России от мировой экономики, Троцкий своеобразно подходил к мировым проблемам в международном контексте. Он считал, что современная промышленность стала настолько капиталоемкой, что производство может быть рентабельным только через специализацию в обслуживании мирового рынка. Для социализма характерно отделение производительных сил от пут национального государства. Победа пролетариата в ведущих странах будет означать «радикальную перестройку самого экономического фундамента в соответствии с более производительным международным разделением труда, которое само по себе может создать настоящий экономический фундамент социалистического порядка».

Когда международной революции с помощью Советской России не произошло, как ожидал Троцкий, он продолжал настаивать на том, что индустриализация должна осуществляться на основе ресурсов мирового рынка. Критикуя сталинскую идею изолированного социалистического государства (социализм в отдельно взятой стране), он утверждал, что «правильно отрегулированный рост экспорта и импорта с капиталистическими странами частично подготавливает будущий товарообмен (который будет преобладать), когда европейский пролетариат захватит власть и контроль над производством». Отношения между Советской Россией и Западом будут предполагать диалектику сотрудничества и борьбы, в которой Советское государство будет регулировать свою «зависимость» от капитализма через его монополию на иностранную торговлю. Альтернативный подход в виде сталинской автаркии предполагал бы зависимость «от недостаточных отечественных производительных сил, которые являются технически отсталыми» [1, с. 279].

В 1920-е годы Троцкий в качестве главных задач считал не только сохранение доступа к иностранной технике, но также и снижение отечественных цен для поддержания торговой монополии. В 1923 г. он предостерегал партию:

«контрабанда неизбежна, если разница между внутренними и внешними ценами выходит за определенный уровень: контрабанда, товарищи, подтачивает и уничтожает монополию». Без такой защиты молодых советских отраслей промышленности плановый рост будет невозможен.

Для поддержки нового индустриального строительства Троцкий предложил помимо внутренней налоговой выручки извлечь выгоду из потребности Европы в иностранных рынках и всеми способами брать там кредиты.

Троцкий надеялся совместить высокий уровень иностранной торговли с социалистическим протекционизмом через жесткое определение приоритетов. Советская промышленность должна экономить на редком капитале, специализироваться на товарах, пользующихся наиболее высоким спросом, стандартизировать выпуск и снижать издержки, удовлетворяя прочие нужды за счет дешевого импорта. Плановики должны пользоваться системой сравнительных коэффициентов для сравнения советской и иностранной продукции по затратам и качеству. Низкий коэффициент указывал бы на целесообразность импорта в коротком периоде и переоборудования в длительном периоде, когда будут доступны новые ресурсы.

Несмотря на такой уравнивающий подход к индустриализации, официальная советская историография настаивает на том, что Троцкий был «сверхиндустриалистом» [6, с. 163], настаивавшим на разграблении крестьянства. На самом деле, он пытался более систематически, чем кто-либо из его современников, отвести кризис принудительной индустриализации посредством уравнивания нужд крестьянства и промышленности через политику «товарной интервенции». Троцкий сознавал, что в той степени, в которой экспортно-ориентированный рост явно зависит от крестьян, приносящих на рынок зерно, наиболее неотложные потребительские потребности также должны удовлетворяться за счет импорта. Мировой рынок должен был функционировать в качестве «резерва» как для легкой, так и для тяжелой промышленности. «Товарный голод» или хронический дефицит потребительских товаров был «очевидным и неопровержимым доказательством того, что распределение экономических ресурсов между государственной промышленностью и остальной частью экономики: требует необходимой пропорциональности». Реальными врагами крестьянства, с точки зрения Троцкого, были авторы социализма в одной стране, — Сталин, который видел только нужды машиностроительных отраслей, и Бухарин, подстрекавший крестьян к «самообогащению» без серьезного рассмотрения необходимости обеспечения их потребительскими товарами, на которые могли бы быть потрачены их сбережения.

Плановая социалистическая экономика основывалась, согласно теоретическим построениям Троцкого, на таких институтах, как нормирование и принудительное распределение государственных заказов между предприятиями и контингентами рабочих. Как это ни парадоксально, но Троцкий серьезно рассчитывал на работников, которые должны были получать заработную плату на общих ос-

нованиях. В этой области у Ленина и Троцкого были существенные различия: Ленин поддержал принцип дополнительного вознаграждения рабочих, а Троцкий полагал, что это был элемент буржуазной системы, которая является зачатком прошлого.

«Казарменный социализм» Троцкого также имел характер перевоспитания масс в новом, глобальном масштабе. Подобно тому, как Платон предлагал объединить мужчин и женщин во время брачного сезона, а затем забрать новорожденных детей от их матерей, чтобы их родители не знали, кто их потомки, и тогда было бы настоящее равенство, Троцкий стремился полностью преодолеть чувство собственности и жажда у советского человека прибыли.

Его ультралевые принципы были реализованы в предлагаемой экономической политике «первоначального социалистического накопления». Согласно предложенной доктрине, каждый работник должен проявлять строгую сдержанность, отвергая «чрезмерное» [2, с. 245] вознаграждение в пользу развития социалистической экономики. Все ресурсы должны быть направлены на инвестирование в светлое будущее. Вся страна и каждый отдельный работник должны экономить.

Теперь мы четко признаем идеи Троцкого как политику чужде, проводимую северокорейскими партийными лидерами в течение последних десятилетий. Железная дисциплина на производстве и в армии, единодушие и коммунистическое мировоззрение масс — все это выводы троцкистской экономической доктрины.

Хорошо зная правящую элиту Коммунистической партии и методы принятия решений, Троцкий дал точный анализ процессов бюрократизации большевистского движения, экзальтации отдельных лидеров. По-видимому, Троцкий был первым, кто ввел термин «сталинизм» в его отрицательном значении (то есть в отрицательно окрашенном смысле). Своей характерной эмоциональностью он публично осудил Сталина, указав, что «сталинизм вырос, порвав с ленинизмом». В то же время Троцкий убедительно доказал это с помощью исследования экономической политики Сталина в 1925–1935 гг.

Доносы на «сталинский бонапартизм» не прошли бесследно для Троцкого. В 1929 году Троцкий был выслан из СССР. Но даже после эмиграции Троцкий продолжал интенсивно работать над своей теорией социалистического государства. Его идеи «перманентной революции» активно не нравились многим государственным деятелям из разных стран, которые считали их экстремистскими и террористическими. В то же время в своих публикациях Троцкий продолжал осуждать Сталина и его режим, одновременно публикуя документы, компрометирующие советского лидера.

В результате в 1940 году по приказу Сталина Троцкий был убит. Но его политическое и экономическое наследие не было забыто. Многие идеи Троцкого были приняты отдельными политическими лидерами и заговорщиками, которые сейчас придерживаются теоретических подходов, разработанных Л. Троцким.

Литература:

1. Дойчер И. Троцкий. Вооруженный пророк. 1879–1921 гг. / Пер. с англ. Т.М. Шуликовой. — М.: ЗАО Центрполиграф, 2016. — 527 с.
2. Дойчер И. Троцкий. Безоружный пророк. 1921–1929 гг. / Пер. с англ. Л.А. Игоревского. — М.: ЗАО Центрполиграф, 2016. — 495 с.
3. Дойчер И. Троцкий. Изгнанный пророк. 1921–1940 гг. / Пер. с англ. А.С. Цыпенкова. — М.: ЗАО Центрполиграф, 2016. — 527 с.
4. Дойчер И. Троцкий в изгнании: Пер. с англ. — М.: Политиздат, 2014. — 590 с.
5. Кокс М. Троцкий — его враги и друзья и советский кризис // Альтернативы. — 2015. — № 1. — С. 127–145.
6. Тарасов А. Этапы революционного процесса // Альтернативы. — 2015. — № 4. — С. 157–165.
7. Тарасов А. Н., Черкасов Г. Ю., Шавшукова Т. В. Левые в России: от умеренных до экстремистов / Под ред. Верховского А. М. — М.: Институт экспериментальной социологии, 2017. — С. 69.
8. Троцкий Л. Сталинская школа фальсификаций. Поправки и дополнения к литературе эпигонов. — М., 2015. — 336 с.
9. Шириня К. К. Троцкий и Коминтерн // Новая и новейшая история. — 2014. — № 1. — С. 3–18.

Анализ основных фондов на примере предприятия дорожно-строительной отрасли

Шинкаренко Анастасия Евгеньевна, студент магистратуры

Омский государственный университет путей сообщения

В статье изучается проведение анализа основных фондов на примере предприятия дорожно-строительной отрасли.

Ключевые слова: *основные фонды, дорожно-строительное предприятие, анализ эффективности использования.*

Для нормального функционирования любого предприятия необходимо наличие определенных средств и источников. Поскольку отрасль дорожного строительства характеризуется большой капиталоемкостью, основу деятельности дорожно-строительного предприятия составляют основные фонды, состоящие из зданий, сооружений, машин, оборудования и других средств труда, которые участвуют в процессе производства.

Основные производственные фонды являются составной частью средств производства, используемых для осуществления строительства, реконструкции, ремонта и содержания автомобильных дорог. Определяя материально-технические условия производства, они в течение длительного времени участвуют в производственных процессах, сохраняя свою натуральную форму и перенося свою стоимость постепенно, по мере изнашивания на стоимость создаваемой продукции [4, с. 325].

Улучшение использования основных фондов решает широкий круг экономических проблем, направленных на повышение эффективности производства: увеличение объема выпуска продукции, рост производительности труда, снижение себестоимости, экономию капитальных вложений, увеличение прибыли и рентабельности капитала и, в конечном счете, повышение уровня жизни общества [3, с. 82–83].

В этой связи важно проводить всесторонний анализ основных фондов, знать и отслеживать факторы, которые

оказывают на них влияние, повышая тем самым эффективность их использования.

Методика анализа основных фондов и эффективности их использования заключается в изучении экономических показателей, характеризующих экстенсивную и интенсивную сторону использования основных фондов.

В рамках экстенсивного направления использования основных фондов изучают изменение в динамике их состава, структуры, движения и технического состояния.

Интенсивное направление использования основных фондов характеризуется набором частных показателей, на основе которых дается комплексная оценка интенсивности их использования, а также изучается влияние факторов на изменение показателей, характеризующих интенсивное направление использования основных фондов предприятия [1, с. 8–9].

Произведем анализ показателей использования основных фондов на примере дорожно-строительного предприятия Северо-Казахстанской области Республики Казахстан, основными видами деятельности которого являются производство асфальтобетона и устройство дорожных оснований и покрытий автомобильных дорог.

Данные о наличии, износе и движении основных фондов служат основным источником информации для оценки производственного потенциала **дорожно-строительного** предприятия. Для анализа движения и технического со-

стояния основных фондов рассчитаем показатели, представленные в таблице 1:

По результатам анализа показателей, представленных в таблице, к негативным моментам, описывающих состояние основных фондов, следует отнести сокращение коэффициента годности на 12,95% и увеличение коэффициента износа на 16,21%. Кроме того, высокие значения показателя коэффициент износа, равного 44,42% в 2017 году и 51,62%

в 2018 году, свидетельствуют о высокой степени износа оборудования. То есть, основные фонды, амортизированные на 44,42%, в дальнейшем смогут принести прибыль предприятию лишь на 55,58% от первоначального резерва своих возможностей. В данной ситуации предприятию имеет смысл задуматься об обновлении своих основных фондов, проведя более детальные экономические расчеты в отношении каждого основного средства на предмет его изношенности.

Таблица 1. Показатели движения и технического состояния основных фондов

№ п/п	Показатель	Ед. изм.	2017	2018	Изменение	
					Абс. изм. (+/-)	Отн. изм. (%)
<i>Исходные данные</i>						
1	Первоначальная стоимость ОФ на начало года	тыс. тенге	623903	842737	218834	135,08
2	Стоимость поступивших ОФ	тыс. тенге	219354	179751	-39603	81,95
3	Стоимость выбывших ОФ	тыс. тенге	520	325	-195	62,5
4	Первоначальная стоимость ОФ на конец года	тыс. тенге	842737	1022163	179426	121,29
5	Накопленная амортизация	тыс. тенге	374341	527666	153325	140,96
6	Остаточная стоимость	тыс. тенге	468396	494497	26101	105,57
<i>Расчетные данные</i>						
7	Коэффициент поступления	%	26,03	17,59	-8,44	68,0
8	Темп поступления	%	35,08	21,29	-13,79	60,69
9	Коэффициент интенсивности обновления	%	0,237	0,181	-0,056	76,4
10	Коэффициент масштабности обновления	%	35,16	21,33	-13,83	61,0
11	Коэффициент стабильности	%	99,92	99,96	0,04	100,0
12	Коэффициент выбытия	%	0,083	0,039	-0,04	47,0
13	Срок обновления	лет	2,84	4,69	1,85	165,0
14	Коэффициент годности	%	55,58	48,38	-7,2	87,05
15	Коэффициент износа	%	44,42	51,62	7,2	116,21

Сокращение коэффициента интенсивности обновления оборудования на 23,6% свидетельствует о недостаточности оборотных средств для замены оборудования. В то же время тот факт, что размер данного коэффициента менее 100%, подтверждает тенденцию расширения производства, поскольку за счет приобретения нового асфальтобетонного завода увеличение количества оборудования произошло большими темпами, нежели его списание.

Превышение коэффициента обновления над коэффициентом выбытия основных средств свидетельствует о наличии расширенного воспроизводства основных средств, то есть темпы поступления опережают темпы выбытия основных фондов. Это положительно сказывается на деятельности предприятия — судя по таким показателям, как коэффициент обновления (26,03% в 2017 г., 17,59% в 2018 г.), коэффициент масштабности обновления (35,16% в 2017 г., 21,33% в 2018 г.), происходит расширение и модернизация производства.

В то же время, несмотря на расширение производства, негативным следует считать тенденцию снижения таких показателей, как коэффициент обновления, коэффициент масштабности обновления, коэффициент интенсивно-

сти обновления. Так, снижение коэффициента обновления на 22% в 2018 году по сравнению с 2017, означает снижение оснащенности компании основными средствами. Коэффициент интенсивности обновления за аналогичный период сократился на 23,6%, что свидетельствует об увеличении сроков эксплуатации основных средств и сокращении выбытия устаревших объектов. Коэффициент масштабности обновления уменьшился на 39%.

Малое значение коэффициента выбытия указывает на то, что срок службы элементов основных фондов достаточно длительный.

Неизменность коэффициента стабильности говорит о сохранении всех основных средств для дальнейшего использования.

К негативным производственным факторам следует отнести увеличение срока обновления основных фондов на 65%.

Продолжая анализ показателей использования основных фондов предприятия, следует изучить показатели обеспеченности и эффективности использования основных фондов. Данные для анализа и исчисленные показатели представлены в таблице 2.

Таблица 2. Показатели обеспеченности и эффективности использования основных фондов предприятия

№ п/п	Показатель	Ед. изм.	2017	2018	Изменение	
					Абс. изм. (+/-)	Отн. изм. (%)
<i>Исходные данные</i>						
1	Доход от реализации продукции и выполнения работ	тыс. тенге	8135040	9011250	+876210	110,8
2	Чистая прибыль	тыс. тенге	145870	166540	+20670	114,2
3	Среднесписочная численность ППП	чел.	78	83	+5	106,4
4	Производительность 1 работающего	тыс. тенге/чел	104295	108569	+4274	104,1
5	Среднегодовая стоимость ОФ	тыс. тенге	733320	932450	+199130	127,2
<i>Расчетные данные</i>						
6	Фондоотдача	тенге	11,09	9,66	-1,43	87,1
7	Фондоёмкость	тенге	0,09	0,1	+0,01	111,1
8	Фондовооруженность	тыс. тенге/чел	9401,5	11234,3	+1832,8	119,5
9	Рентабельность ОФ	%	19,9	17,9	-2	89,9

По результатам анализа данных, представленных в таблице, можно отметить увеличение показателя фондовооруженности труда на 19,5%. Это стало возможным благодаря тому, что темпы прироста основных фондов превысили темпы роста численности производственного персонала (27,2% против 6,4%). Данный факт свидетельствует о том, что каждый работник стал более оснащен основными средствами, что, в свою очередь, положительно влияет на деятельность предприятия.

Также увеличение основных фондов способствовало увеличению производительности труда на 4,1% [2, с. 171]. Однако тот факт, что темпы роста фондовооруженности опережают темпы роста производительности труда, свидетельствует о снижении эффективности использования основных фондов, вызванном неполной загрузкой производственных мощностей, которое привело к снижению фондоотдачи на 12,9% и увеличило фондоёмкость на 11,1% [2, с. 53].

Негативным фактором в деятельности предприятия можно считать снижение фондоотдачи на 12,9%, то есть произошло сокращение выпуска продукции на один тенге основных производственных фондов на 1,43 тенге. Это свидетельствует о том, что темпы роста стоимости основных средств увеличились больше, чем темпы роста выпуска продукции. Это обусловлено тем, что в декабре 2017 года были выделены большие средства на модернизацию производства путем приобретения асфальтобетонного завода. В данном случае падение фондоотдачи объективно оправдано и не свидетельствует о неэффективности приобретения техники, поскольку, несмотря на то, что стоимость новой техники на единицу продукции выше, но эксплуатационные расходы — значительно ниже, так что в целом такая техника эффективнее старой. В данном случае проведенная модернизация положительно влияет на эффективность производства посредством того, что создает предпосылки для будущего эффекта от внедрения новой техники.

Также произведенные инвестиции в основные фонды привели к сокращению рентабельности основных фондов

на 10,1%, что в краткосрочном периоде негативно влияет на деятельность предприятия.

Обобщая сказанное, можно сделать вывод, что в целом состояние основных средств исследуемого предприятия находится в пригодном для использования состоянии. Поступление нового оборудования и дорожно-строительной техники осуществляется ежегодно, однако, для увеличения эффективности их использования, необходимо, чтобы устаревшие основные средства регулярно списывались. На данный момент доля выбывших основных средств крайне мала, о чем говорят коэффициенты выбытия, значения которых не достигают даже 1%.

Значения коэффициентов износа и годности заставляют задуматься о пригодности основных средств для дальнейшей работы. Считается, что при коэффициенте свыше 50%, оборудование сильно изношено и не дает должного экономического эффекта от его использования. Иногда лучше не дожидаться полного износа основных средств, когда эксплуатационные свойства будут полностью утеряны. Порой гораздо выгоднее обновить оборудование для получения максимальной эффективности работы, а старый объект списать в расходы. Если в ближайшие несколько лет увеличится износ оборудования, то снизится выпуск готовой продукции и производительность труда, что приведет к негативным последствиям. Поэтому необходимо произвести капитальный ремонт основных средств либо обновить их состав. Целесообразность этих действий предприятию следует оценить в ходе проведения соответствующих экономических расчетов.

Анализ движения и технического состояния основных средств показал снижение таких показателей, как коэффициент обновления, коэффициент масштабности обновления, коэффициент интенсивности обновления, увеличение срока обновления производственных фондов, что также негативно влияет на деятельность предприятия.

Реализация инвестиционного проекта по приобретению нового асфальтобетонного завода способствовала увеличению производительности и фондовооруженности труда.

В то же время, из-за того, что в 2018 году предприятие проиграло несколько тендеров на проведение дорожно-строительных работ, введенные производственные мощности были задействованы не в полном объеме, что, в свою очередь, привело к сокращению фондоотдачи и увеличению фондоемкости.

Таким образом, проведенная модернизация производства будет считаться успешной, если в перспективе использовать все имеющиеся мощности, что будет способствовать снижению себестоимости, увеличению объема выпуска, повысит показатели рентабельности продаж и рентабельности продукции.

В заключение, следует отметить, что, чем большее число показателей будет использоваться в процессе анализа, тем большую достоверность он приобретет, так как отразит воздействие максимального числа факторов на различные стороны использования основных фондов. На основе анализа основных фондов и эффективности их использования руководство предприятия сможет принять своевременные и эффективные решения в части управления ресурсами предприятия, которые будут способствовать увеличению производства (продаж), экономии живого и овеществленного труда и, следовательно, повышению доходности предприятия в целом.

Литература:

1. Соловьева Н. А., Медведева Е. А. Анализ основных средств и эффективности их использования: учеб. пособие. — Красноярск: Краснояр. гос. торг. — экон. ин-т, 2006. — 54 с.
2. Гавриш В. В. Экономика дорожного строительства: учеб. пособие: в 2 ч. Ч. 1. — Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2013. — 478 с.
3. Любушин Н. П., Лещева В. Б., Дьякова В. Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 265 с.
4. Гарифуллина А. А. Различные подходы к определению понятий «основные средства», их «оценка» и «амортизация» // Молодой ученый. — 2014. — № 7. — С. 324–327.

Положение современных швейных предприятий в России

Ширкина Елена Владимировна, студент магистратуры

Новосибирский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)»

В данной статье рассмотрена проблема устойчивого функционирования предприятий швейной промышленности в России. Главными факторами решения этой проблемы являются: изношенность основных фондов, технологическая отсталость, отсталость в области управления качеством.

Ключевые слова: швейная промышленность, функционирование предприятий швейной промышленности в России.

Швейная промышленность — это одна из крупнейших отраслей легкой промышленности. Главной задачей швейной промышленности является удовлетворение потребности людей в одежде высокого качества и различного ассортимента.

При массовом производстве швейных изделий решающая роль принадлежит технологическому процессу, который представляет собой целесообразную совокупность технологических операций по обработке и сборке деталей и узлов швейных изделий.

Проблема устойчивого функционирования предприятий швейной промышленности в России всегда была актуальна. На сегодняшний день у российских предприятий-производителей одежды существуют ряд проблем, отрицательно влияющих на их развитие и место в мировой швейной промышленности. Одной из важных проблем является высокая доля импортной конкурентной швейной продукции.

Второй по важности проблемой является присутствие нелегального импорта.

Высокая доля импортной конкурентной продукции, в том числе присутствие нелегального импорта является одной из значительных проблем. Нелегальный импорт и подпольное производство вдвое превышает уровень легального производства и импорта в России.

Отсутствие сырьевой базы и комплектующих также является одной из причин значительного отставания российских производителей одежды от мировых, так как до 50% себестоимости изделия может приходиться на сырье и комплектующие материалы. При этом в настоящее время доля импорта в легкой промышленности России составляет от 70 до 90%.

Продукция швейной промышленности удерживается на российском рынке во многом благодаря сдерживанию цен производителями при растущих затратах. Промедле-

ние организации выпуска новых конкурентоспособных изделий при уменьшении объемов производства приводит к увеличению затрат на единицу готовой продукции и росту отпускных цен, что еще больше обостряет проблему сбыта.

Отсутствие оборотных средств у большинства предприятий для закупки сырья и комплектующих, что в свою очередь ведет к уменьшению объемов производства. Банки неохотно идут на кредитование предприятий швейной отрасли из-за низкой рентабельности продукции.

Решение задач, стоящих перед швейной промышленностью, требует больших и глубоких знаний от технологов. Без этих знаний невозможно внедрять новые технологические процессы швейного производства, необходимые для изготовления одежды высокого качества.

Одним из решений проблемы высокой доли импортной конкурентной швейной продукции является повышение качества российских швейных изделий без значительных финансовых вливаний, т. е. с помощью инструментов бережливого производства (БП).

Опыт Центральной Азии (включая Казахстан, Узбекистан, Кыргызстан) призывает оптимизировать процессы, повысить производительность продукта, предотвратить технические и людские конфликты, минимизировать затраты, сплотить команду, свести к минимуму все потери на разных этапах производства.

Скрытые потери (перепроизводство, дефекты, ненужные перемещения персонала) увеличивают издержки производства. Не добавляя потребительской ценности действительно необходимой заказчику. Они также увеличивают

срок окупаемости инвестиций и ведут к снижению мотивации работников.

Помимо сокращения скрытых потерь на производстве повысить эффективность работ помогает организация рабочего места с использованием системы 5S. Система 5S — это метод по организации рабочего места, который значительно повышает эффективность и управляемость операционной зоны, улучшает корпоративную культуру и сохраняет время. Она включает в себя: сортировку, соблюдение порядка, содержание в чистоте, стандартизацию, совершенствование. Обычно система 5S используется как первый этап построения бережливого производства. Применение системы поможет быстро избавиться от ненужных вещей на производстве и предупредить о его появлении. Чтобы совершенствовать систему 5S, необходимо руководителям и рабочим проводить улучшения, не забывая наградить тех, кто выполняет договоренности.

Еще одним из немаловажных факторов, влияющим на улучшение производства, является система ухода за оборудованием или всеобщая эксплуатационная система. В данной системе участвуют операторы и ремонтники, которые обеспечивают надежность оборудования.

Эти и другие инструменты бережливого производства практически используются в программах бережливого производства, которые приводят к немедленным результатам (на примере швейных предприятий средней Азии, внедривших бережливое производство):

- увеличение производительности — 30%–100%;
- снижение издержек — 5%–30%;
- увеличение заработной платы — более 20%.

Литература:

1. Промышленность России. 2014 // Росстат. — М., 2014.
2. Импортные поставки текстильной и швейной продукции: структурный анализ / М. И. Беркович, Д. А. Горбунов // Известие вузов технологии текстильной промышленности. — 2018. — № 3. — с. 263–267.
3. Кайдзен, Бережливое производство, ЛИН-технология [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [preview?=1577415739754&fileId=5874034305636349329&from](https://www.preview?fileId=5874034305636349329&from) (дата обращения: 24.12.2019).
4. Стратегия развития легкой промышленности в Российской Федерации на период до 2025 года. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/260615-Strategiya_ITOG.docx
5. Бутов А. М. Рынок продукции текстильного производства. — М.: Институт «Центр развития» Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, 2017.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Место рекламы в системе массовых коммуникаций

Макушева Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;

Гаглоева Мария Ильинична, студент

Московский государственный институт культуры

Реклама — это одна из форм массовой коммуникации; любая платная форма контролируемого воздействия, осуществляемая через средства массовой информации при представлении и применении товаров или услуг [2, с. 39]. Реклама в системе массовой коммуникации выполняет несколько задач, основными из которых являются: информирование, убеждение, напоминание, создание дополнительной полезности, влияющей на восприятие людей.

Выделяют ряд функций рекламы в системе массовых коммуникаций.

Продвижение продаж. Она продвигает продажу товаров и услуг, информируя и убеждая людей покупать их.

Внедрение нового продукта. Реклама помогает внедрению новых продуктов на рынке. Коммерческое предприятие может представить себя и свой продукт публике посредством рекламы [3, с. 348].

Создание хорошего общественного имиджа. Реклама позволяет коммерческой фирме сообщать о своих достижениях, чтобы удовлетворить потребности клиентов.

Это повышает доброжелательность и репутацию фирмы, которая необходима для борьбы с конкуренцией на рынке.

Массовое производство. Реклама способствует массовому производству. Реклама поощряет производство товаров в больших масштабах, потому что коммерческая фирма знает, что она сможет продавать в больших масштабах с помощью рекламы, снижая себестоимость единицы продукции за счет экономного использования различных факторов производства.

Исследования. Реклама стимулирует исследования и разработки. Реклама стала конкурентной маркетинговой деятельностью.

Каждая фирма пытается дифференцировать свой продукт от заменителей, доступных на рынке, посредством рекламы [4, с. 409]. Это вынуждает каждую коммерческую фирму проводить все больше исследований, чтобы найти новые продукты и их новые применения. [6, с.137].

Информированность людей. Рекламное сообщение о полезности продукта позволяет людям расширять свои знания.

Именно реклама помогла людям освоить новый образ жизни и отказаться от старых привычек.

Поддержка прессы. Реклама позволяет увеличить тираж их публикаций, продавая их по более низким ставкам.

Люди также получают выгоду, потому что они получают публикации по более низким ценам. Реклама также является источником дохода для телевизионной сети.

Стоит учитывать, что реклама — тип массовой коммуникации, предназначенный именно для убеждения — она оказывает когнитивное, аффективное, суггестивное, конативное воздействие на читателя, слушателя или зрителя [5, с. 64].

Когнитивная составляющая установок — знание и понимание мира. Как правило, рекламное видео — не просто информация о товаре, оно содержит сюжет, в том числе определенные модели и модели поведения людей.

Эмоциональный (аффективный) уровень — отношение человека к реальности, к другим людям, к миру, которое формируется под влиянием оценок, приведенных в рекламе.

Суггестивное (внушение) воздействие на психику человека в обход сознания заключается в коммуникативном (словесном и эмоциональном) воздействии без осмысления и критической оценки полученной информации.

Таким образом, можно внедрить в психику человека чужие мысли, идеи, убеждения, эмоции, чувства, которые не будут подвергаться логическому анализу с его стороны.

Во время предложения происходит «слепое» усвоение предлагаемой информации, согласно которому в будущем клиент будет думать, чувствовать и действовать. Чтобы предложение имело силу влияния, оно должно быть повторено. Возможно, что первоначально результат предложения не будет достигнут, но позже он обязательно будет реализован.

Кроме того, последствия внушения могут появиться не сразу после воздействия, а через некоторое время стать заметными.

Наконец, поведенческий уровень — действия человека по отношению к объекту, основанные на его знаниях и оценках, т. е. когнитивной и эмоциональной составляющих установок.

Аффективная обусловленность возникает, когда покупатель принимает решение о покупке исключительно

на основе положительных ощущений, полученных от выбора товара.

При разработке сообщений маркетологи могут использовать различные виды апелляций, чтобы потребитель мог идентифицировать себя с представителем из референтной группы в рекламе. Обычно используемые призывы референтной группы: обращения знаменитостей; экспертные обращения; обращения простых людей; исполнительные апелляции, торговые или спикерские апелляции, апелляции знаменитостей.

Апелляции знаменитостей являются наиболее часто используемым видом апелляций. Публика восхищается звездами кино, телеведущими и спортсменами [5, с. 69].

Они представляют образ жизни, к которому стремятся люди. Люди боготворят их и стремятся стать такими, как они.

Таким образом, маркетолог использует знаменитостей. Знаменитости в рекламе могут быть использованы в различных формах: их можно использовать в качестве предста-

вителя (информируя потребителей о компании и бренде); или как знаменитость, дающая отзыв и одобрение (заявление в поддержку претензии или факт о бренде); или как актер / модель.

Независимо от того, в какой форме это может быть, рекламные ролики с обращениями знаменитостей оказывают большое влияние на умы потребителей.

Тем не менее, маркетолог должен проявлять осторожность в отношении доверия к знаменитости с точки зрения опыта (в отношении продукта или услуги и / или бренда), а также надежности (честность в отношении того, что он / она говорит).

Исследования показали, что авторитет знаменитости также зависит от количества брендов, которые он / она рекламирует; если знаменитость рекламирует только один или несколько брендов, его / ее смотрят с большим доверием по сравнению с другим, который рекламирует многих, где его / ее смотрят с меньшим доверием, прежде всего из-за денежной выгоды, связанной с рекламой.

Литература:

1. Буслаев С. Н. Психологические аспекты идеальной рекламы // Молодой ученый. — 2017. — № 20. — С. 392–394.
2. Васильев Г. А. Рекламный маркетинг: Учебное пособие — М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. — 276 с.
3. Канищева Т. Д., Голованёва И. И., Филатова Н. И. Реклама как неотъемлемая часть современной жизни // Молодой ученый. — 2014. — № 7. — С. 347–349
4. Макушева О. Н., Щелконогова Е. А. Креатив в рекламе и концепции креативности // Молодой ученый. — 2019. — № 26. — С. 408–410.
5. Науменко Т. В. Психологические методы воздействия на массовую аудиторию // Вопросы психологии. — № 6. — 2014 г. — С. 63–70.
6. Резепов И. Ш. Психология рекламы и PR: Учебное пособие. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. — 224 с.

Принципы разработки рекламного бюджета

Макушева Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;

Орлова Анастасия Алексеевна, студент

Московский государственный институт культуры

Успех и процветание фирмы во многом зависит от рекламной кампании, поэтому нельзя недооценивать важность правильного построения рекламного бюджета. Необходимо подходить к этому вопросу, учитывая тенденции и изменения на рынке, а также придерживаться определенной системы.

В условиях современной реальности довольно сложно вычислить объём рекламного бюджета с высокой точностью. Причиной данной проблемы можно считать динамичность и нестабильность современного рынка.

Данная статья интересна тем, что в ней рассматриваются наиболее эффективные и современные принципы построения рекламного бюджета. Благодаря их примене-

нию предоставляется возможность получить максимальный результат от затраченных денежных средств. Правильная разработка рекламного бюджета нацелена на избежание неверных действий, что позволяет сделать деятельность специалиста рекламы и связей с общественностью максимально полезной.

Рекламный бюджет (advertising budget) — размеры и структура затрат фирмы на рекламные цели [1, с 401.].

Рекламный бюджет зависит от многих факторов рыночных целей фирмы, уровня конкуренции, имеющихся финансовых ресурсов, характера реализуемых товаров. После определения общих ассигнований на рекламу, исходя из методов формирования бюджета, фирма опре-

деляет рекламный бюджет. В процессе разработки рекламного бюджета учитывается ряд моментов: частота повторения рекламы, для того, чтобы она была эффективной; издержки альтернативных средств рекламы; характер реакции фирмы в период спада; стоимость создания рекламного объявления. Затем фирма разрабатывает рекламные темы, общие для нее. Ориентация на товар или услугу заставит обратить внимание именно на них и их свойств потребителей выводит на передний план выгодность или преимущества товаров или услуг для потребителя, а не их свойства. Институциональная ориентация связана с образом компании. Фирма — экспортер располагает широким выбором средств рекламы. При этом стоит учесть такие факторы как: частота, охват, стабильность послания, степень воздействия, стоимость, наличие бесполезной аудитории. Стоимость рекламы следует оценивать двояко: определяют общие расходы на то или иное средство, и устанавливается стоимость на одного читателя или зрителя.

Рекламные бюджеты составляются с помощью различных методов расчета, которые в процессе работы корректируются.

Метод остатка. Алгоритм разработки рекламного бюджета при этом подходе выглядит так: сначала рассчитывают средства на производство, техническое обеспечение и другие аспекты, на связанные с продвижением, а потом по остаточному принципу определяют сумму, выделяемую на расходы, связанные с продвижением товара или услуги. Главный недостаток этого подхода — невнимание к целям продвижения и отсутствие связи с результатами сбыта товара. В большинстве случаев затраты на рекламу и продвижения занижены, поэтому чаще всего этот метод пользуется популярностью у небольших компаний, ориентированных на производство.

Метод прироста. Этот метод учитывает текущие расходы и прогнозы расходов на следующий год, и в зависимости от этого рекламный бюджет либо увеличивается, либо уменьшается на определенный процент. Достоинство метода — простота расчета по известной базе, мониторинг тенденций развития компании. Но в этом подходе, так же, как и в предыдущем, недостатком является отсутствие связи с целями продвижения, и как следствие, высокий риск ошибки при определении успешности будущего периода. Метод зачастую применяется малыми фирмами.

Метод паритета с конкурентами. Этот подход предполагает формирование рекламного бюджета с учетом действий конкурентов. Бюджет составляется либо на основе процента от продаж основных конкурентов в отрасли в целом, либо на основе средних затрат, то есть на основе копирования стратегии конкурентов. Недостаток подхода — сложность в использовании, так как информации о конкурентах не так много, и интересы фирмы и конкурентов могут не совпадать. Этот метод помогает избежать острой конкуренции, но также фирма может допускать те же ошибки,

что и ее конкуренты. Этот подход используют малые фирмы, которые следуют за лидером.

Доля от продаж. Особенность данного метода: бюджет связан со сбытом. Объем рекламного бюджета составляет прогнозируемый процент от продаж на будущий год. Преимущества — простота применения, наличие расчетной базы в виде объема продаж, взаимосвязь между продажами и продвижением. Главный недостаток — влияние продаж на продвижение, когда должно быть ровно наоборот. Это приводит к неверному планированию рекламного бюджета в период снижения сбыта, когда может потребоваться увеличение затрат на продвижение. Товары, которые приносят мало прибыли, но имеют высокий объем продаж, получают большую поддержку, чем более прибыльные товары с более низким объемом продаж. Еще одним недостатком является невозможность долгосрочного планирования бюджета из-за нестабильного объема сбыта, а также исключается возможность незапланированных трат.

Метод расчета на основе целей и задач. Подход заключается в четком определении целей, затем осуществляется поиск задач по заданным целям и составляется сумма затрат на решение этих задач. Этот подход учитывает затраты и результаты продвижения — главное достоинство метода. Способ сложен в использовании, это связано с умением правильно выбрать задачи для быстрого и эффективного достижения цели. Еще одним достоинством данного метода является то, что при его использовании бюджет становится гибким и появляется возможность уменьшить его путем переопределения целей и задач.

Вышеуказанные методы являются неаналитическими, так как, используя их, специалисты берут произвольные цифры и не прибегают к помощи экономико-математических расчетов. При аналитическом же подходе специалисты осуществляют поиск функциональной зависимости между расходами на продвижение и уровнем достижения целей. Это подходит для разработки бюджетов отдельных коммуникационных средств. Например, при составлении рекламного бюджета определяется цель — повышение уровня известности продукта на определенное количество процентов, что потребует десятикратного рекламного сообщения. Эти расходы и будут включены в бюджет на рекламу.

Таким образом, данный план маркетинговых мероприятий способствует эффективному проведению рекламной стратегии предприятия, так как правильно выбранная цель рекламы, период осуществления и целевая аудитория, даже при умеренных вложениях способствует улучшению имиджа фирмы, стабилизирует сбыт и приносит дополнительную прибыль. Стоит отметить, что данный план выявления наиболее эффективного носителя рекламы, может выступать основой обоснования силы, с которой воздействует какое-либо средство продвижения товара, и быть основой успешной рекламной кампании.

Литература:

1. Внешнеэкономический толковый словарь / И. П. Фаминский, А. С. Булатов, А. Н. Вылегжанин, П. С. Завьялов и др.; Под ред. И. П. Фаминского. — М.: Инфра-М, 2000. — 512 с.
2. Макушева О. Н., Калиш М. И. Планирование рекламной деятельности // Молодой ученый. — 2019. — № 21. — С. 295–297.
3. Назайкин А. Медиапланирование на 100%. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 460 с.
4. Пейн Э. Руководство по CRM: Путь к совершенствованию менеджмента клиентов / Пер. с англ. С. В. Кривошеин. — Минск: «Гревцов Паблишер», 2007. — 544 с.

Эффективность интернет-рекламы

Никишин Василий Михайлович, аспирант

Московский финансово-юридический университет МФЮА

Ключевые слова: контекстная реклама, интернет-маркетинг, эффективность, бюджет.

Efficiency of internet advertising

Vasiliy Nikishin, postgraduate student

Moscow University of finances and law

Keywords: contextual advertising, internet marketing, efficiency, budget.

В современном мире реализация товаров и услуг с помощью сети Интернет становится необходимостью развития практически любого бизнеса. Интернет-реклама стала одним из самых эффективных способов привлечения клиентов. В случае интернет-маркетинга Интернет рассматривается как отдельный рынок со своей спецификой. Так, к примеру, в Интернете можно с высокой долей точности оценить эффективность рекламы, количество посетителей, интересы, которые привели их на сайт, получить обширную обратную связь, успешно проводить конкурентную разведку и прочее.

Одним из важнейших аспектов эффективной интернет-рекламы следует считать анализ источников трафика. Это структурирование и оценка источников посетителей сайта. Каждый источник рассматривается и оценивается по степени качества аудитории, которой он обеспечивает сайт. Лишь некоторые интернет-ресурсы являются источниками целевой аудитории, с других же сайтов переходят посетители, которые не заинтересованы в покупке продукции, услуг или выполнении каких-то определенных действий. Поиск системы так же могут являться источниками как целевой, так и нецелевой аудитории. Лучшие посетители сайта — целевые.

Наряду с вышесказанным важную роль стоит так же отнести анализу аудитории и посещаемости сайта. Это оценка качества аудитории, географии и демографии посетителей, времени их пребывания на сайте, количества возвратов

и других характеристик. Рассматривается и оценивается посещаемость сайта на определенных отрезках времени, отслеживаются изменения, выявляются причины спадов. Таким образом, появляется возможность составить оптимальную стратегию развития интернет-сайта, а также оперативно выявить возможные существующие проблемы.

Каналами для привлечения аудитории интернет-сайта может служить один или несколько видов интернет-рекламы, существующих в настоящее время (баннерная, контекстная, реклама в соцсетях, вирусная, нативная и т. д.). Продвижения в Интернете путем оптимизации сайта в поисковых системах недостаточно. В этом случае контекстная реклама выступает в роли подходящего канала для привлечения посетителей.

В настоящее время на российском рынке существуют два крупнейших сервиса интернет-рекламы: Яндекс.Директ и Google AdWords. Рекламные системы используют два принципа, которые описывают финансовую идеологию контекстной рекламы: оплата за переходы и аукцион. Оплата за переход является одним из способов оплаты размещения.

Однако, чтобы добиться высокой эффективности рекламной кампании, необходимо научиться ее анализировать. Для этой цели у вышеупомянутых компаний существуют сервисы веб-аналитики, такие как: Яндекс.Метрика и Google Analytics.

Можно отметить, что обе приведенные системы анализа статистики посещаемости обладают очень большими

возможностями и высоким потенциалом. Каждая из них имеет определенные особенности и отличительные черты. Google Analytics, безусловно, выигрывает в плане более широкого и универсального функционала. В то время, как Яндекс.Метрика прост и понятен в использовании, отлично адаптирован, а также оперативно предоставляет отчетность.

Для наглядности рассмотрим на примере, как провести небольшой анализ маркетинговой стратегии N-го предприятия (производство мебели на заказ) с использованием одного из видов интернет-рекламы — контекстной.

В контекстной рекламе существует ряд показателей, позволяющих определить ее эффективность:

1. Показатель CTR или «кликабельность» рекламных материалов. Позволяет определить, сколько людей заинтересовалось сообщением и нажало на него. Также позволяет определить стоит ли использовать то или иное рекламное сообщение [1].

$$CTR = \frac{K_{кл}}{K_n} * 100\%, \quad (1)$$

где $K_{кл}$ — количество кликов, K_n — количество показов.

2. Показатель CPC или стоимость клика. Позволяет определить какие затраты компания понесла на один контакт, то есть на один клик. По данному показателю также можно судить об эффективности применяемого инструмента [1].

$$CPC = \frac{P}{K_{кл}}, \quad (2)$$

где P — расходы на рекламу, $K_{кл}$ — количество кликов.

3. Показатель CPA или стоимость целевого действия. Сходный с предыдущим. Разница заключается в том, что в данном случае можно оценить сколько рекламных затрат приходится на одно действие [1].

$$CPA = \frac{P}{K_{цд}}, \quad (3)$$

где P — расходы на рекламу, $K_{цд}$ — количество целевых действий.

4. Показатель CPS или стоимость продажи. Позволяет определить сколько затрат было сделано для определенного количества продаж или какой результат получается в ходе определенного инструмента [1].

$$CPS = \frac{P}{V}, \quad (4)$$

где P — расходы на рекламу, V — объем продаж.

Главной задачей любой компании, реализующий какой-либо товар, является увеличение числа заказов. В большинстве случаев, число посетителей сайта значительно превышает число потребителей, сделавших в итоге заказ на продукцию. Для определения взаимосвязи данных двух показателей в интернет-маркетинге используется понятие конверсии. Конверсия в интернет-маркетинге — это отношение числа посетителей сайта, выполнивших

на нём какие-либо целевые действия, такие как посещение страниц «контакты» или «стоимость», в свою очередь означающие большую заинтересованность пользователя в продукции компании, к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах.

Предположим, что по данным собранной статистики в компании N определелись следующие показатели:

1) С контекстной рекламы пришло 4000 пользователей. 120 из них отправили заявку с сайта на расчет стоимости выбранной мебели. Таким образом, конверсия составила 3% (отношение числа посетителей, сделавших конкретные действия к общему числу посетителей сайта)

2) На основании собранной статистики можно сделать вывод, что в среднем из 100 заявок на расчет стоимости заказа с сайта в клиентов превращается 15.

3) За время ведения интернет кампании на клики было потрачено 65000. Отсюда следует, что цена клика составила 16,25 руб.

4) Далее, 65000 делим на кол-во заявок (120) и получаем стоимость одной заявки — 542 руб., если округлить.

5) Так как известно, что конверсия перехода из заявки в клиента составляет 15%, можно подсчитать, что один клиент с рекламной кампании обошелся в 3613 руб.

Решение, продолжать ли вкладывать деньги в конкретный вид рекламы, напрямую зависит от следующего: если с одного клиента компания получает прибыли больше, чем оказались затраты на его привлечение, то рекламная кампания окупается, что означает, что вкладывать в нее денежных средства является целесообразным действием.

Предположим, что в течение некоторого времени компания N занималась продвижением в сети интернет с помощью сервисов Яндекс.Метрика и Google Analytics. По итогам проведения маркетинговой кампании была собрана статистика и рассчитаны основные показатели эффективности интернет-рекламы в соответствии с таблицей № 1 и № 2.

Для прослеживания динамики изменения такого показателя эффективности, как конверсия, ниже приведены графики на рис. 1 и 2

При анализе полученных показателей, очень важно учитывать взаимосвязь между количеством посещений интернет-сайта, количеством сделанных заявок и количеством реальных клиентов. Как видно выше из расчетов, показатель посещений в несколько раз превосходит показатель по количеству заявок и тем более по количеству клиентов. Причины такого разброса в показателях могут быть следующие:

— Посещая интернет-сайт компании, пользователь не может найти нужную информацию, вследствие чего покидает сайт.

— После расчета проекта по заявке потенциальных клиентов может не устроиться стоимость, необходимость предоплаты, сроки исполнения и многие другие факторы, вынуждающие отказаться от дальнейшего сотрудничества.

Таблица 1. Расчет показателей эффективности контекстной рекламы Яндекс

Дата	Яндекс (контекст)										
	Кол-во клиентов	Кол-во посетителей	Время на сайте (в среднем)	Кол-во оставивших заявку	Потрачено на рекламу	СРС (стоимость клика)	Стоимость 1 заявки	Стоимость 1 клиента	Стоимость 1 заказа	Конверсия	Прибыль
май.16	5	402	2:45	12	31 216	78	2 601	6 243	28 757	1,2%	112 568
июн.16	7	452	1:48	45	36 974	82	822	5 282	29 718	1,5%	171 052
июл.16	8	518	1:55	38	37 633	73	990	4 704	30 296	1,5%	204 734
авг.16	6	621	1:33	57	53 353	86	936	8 892	26 108	1,0%	103 294
сен.16	7	786	1:05	56	61 732	79	1 102	8 819	26 181	0,9%	121 536
окт.16	5	755	1:26	40	64 960	86	1 624	12 992	22 008	0,7%	45 080
ноя.16	8	785	1:16	52	65 204	83	1 254	8 151	26 850	1,0%	149 592
дек.16	7	575	1:37	72	51 465	90	715	7 352	27 648	1,2%	142 071
январ.17	9	783	1:48	95	58 938	75	620	6 549	28 451	1,1%	197 124
фев.17	6	723	1:16	50	54 656	76	1 093	9 109	25 891	0,8%	100 688
мар.17	4	635	1:30	43	50 835	80	1 182	12 709	22 291	0,6%	38 330
апр.17	5	598	1:36	40	32 050	54	801	6 410	28 590	0,8%	110 900
май.17	6	483	1:44	47	35 716	74	760	5 953	29 047	1,2%	138 568

Таблица 2. Расчет показателей эффективности контекстной рекламы Google

Дата	Google (контекст)										
	Кол-во клиентов	Кол-во посетителей	Время на сайте (в среднем)	Кол-во оставивших заявку	Потрачено на рекламу	СРС (стоимость клика)	Стоимость 1 заявки	Стоимость 1 клиента	Стоимость 1 заказа	Конверсия	Прибыль
ноя.16	2	95	1:26	5	4 834	51	967	2 417	32 583	2,1%	60 332
дек.16	5	1 114	1:19	12	46 367	42	3 864	9 273	25 727	0,4%	82 265
январ.17	4	182	1:50	9	12 821	70	1 425	3 205	31 795	2,2%	114 358
фев.17	4	226	1:38	11	18 618	82	1 693	4 654	30 346	1,8%	102 764
мар.17	3	218	0:54	10	17 213	79	1 721	5 738	29 262	1,4%	70 574
апр.17	5	158	0:53	15	11 814	75	788	2 363	32 637	3,2%	151 372
май.17	6	175	1:27	23	10 947	63	476	1 825	33 176	3,4%	188 106

Конверсия (контекст Яндекс)

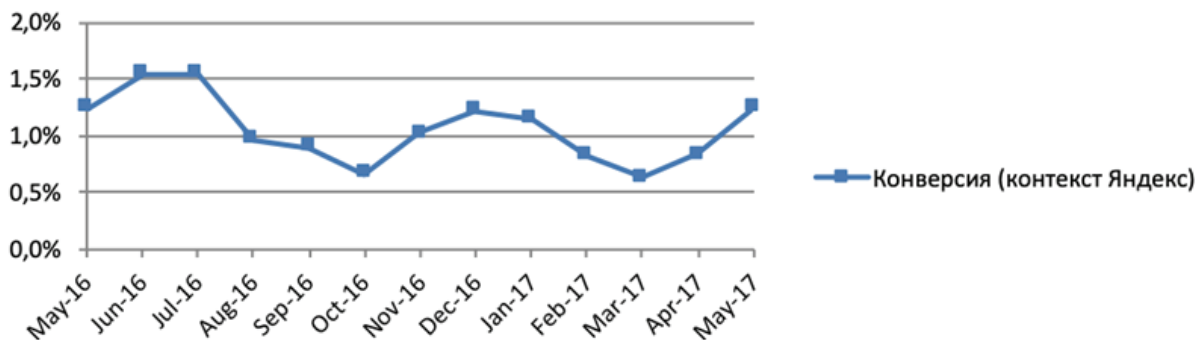


Рис. 1. Динамика изменения показателя конверсии по контекстной рекламе Яндекс

Конверсия (контекст Google)

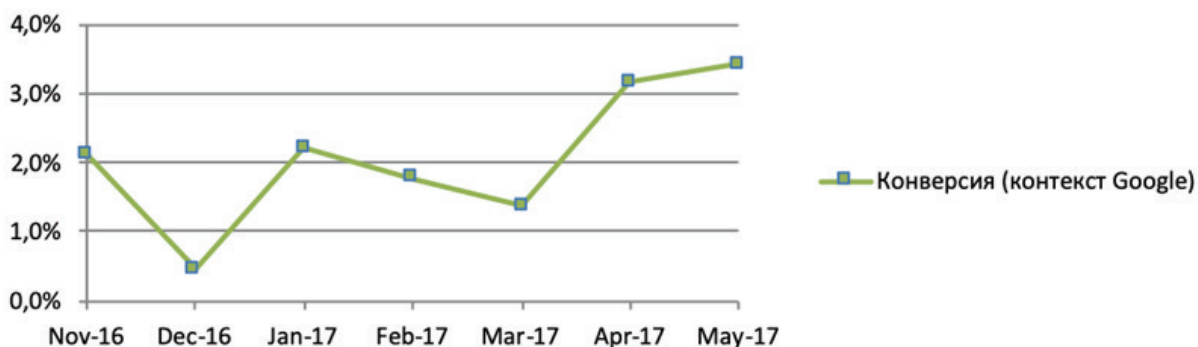


Рис. 2 Динамика изменения показателя конверсии по контекстной рекламе Google

Для эффективного ведения бизнеса необходимо принимать во внимание, что процесс создания маркетинговой стратегии достаточно трудоемкая задача. Простой расчет основных показателей эффективности интернет-рекламы способен дать понимание общей ситуации с ведением маркетинговой кампании любого предприятия. Немаловажно уделять внимание и другим факторам, например таким как грамотное распределение бюджета на интернет-рекламу. Самый выигрышный вариант — максимальная прибыль с минимальными затра-

тами. При планировании бюджета необходимо учитывать, что распределить все денежные средства на наиболее доходный источник рекламы — ошибочное решение. При ведении интернет-маркетинга важно не потерять клиента, с какого бы источника он не пришел. Положительного эффекта от перераспределения бюджета можно добиться, если анализировать статистику по одному-двум месяцам ведения рекламной кампании и пересматривать бюджетную политику относительно произошедших изменений.

Литература:

1. Пимкина И. А. Сравнительная оценка эффективности продаж товаров с помощью интернет-маркетинга // Экономика и социум. — 2016. — № 11. — С. 1036–1043.
2. Авинаш Кошик. Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики. — Вильямс, 2014. — 528 с.
3. Баранов А. Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг: Настольная книга маркетолога. Взгляд практика. — М.: ИЦ РИОЦ, 2010. — 85 с.
4. Райен Д. Краткий курс интернет-маркетинга. — М.: ШКИМБ, 2013. — 320 с.
5. Юрасов А. В., Иванов А. В. Интернет-маркетинг. — М.: ГЛТ, 2011. — 246 с.

Способы оценки эффективности управления проектами в маркетинговой сфере

Хамидуллина Гульназ Ришатовна, студент магистратуры

Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

В любой компании, независимо от направления её деятельности, есть проектное управление. Проектное управление может выражаться по-разному. Оно может быть оформлено документально, либо носить устный характер. В любом случае, управление проектами присутствует в каждой компании.

Для того, чтобы проектное управление приносило пользу, а не отнимало время сотрудников, необходимо грамотно оценивать эффективность его планирования, организации и управления. Оценивая эффективность управления проектами можно выявить сильные и слабые стороны проектного отдела, скорректировать работу, выявить новые векторы развития компании. Расскажем о том, какими способами можно оценить эффективность управления проектами в маркетинговой сфере.

Актуальность рассматриваемой темы обусловлена тем, что российским компаниям в условиях современной жесткой конкуренции, нестабильной экономики и политики, чтобы активно развиваться необходимо уделять особое внимание оценке эффективности управления маркетинговыми проектами компании для получения отдачи от инвестиций и тем самым максимизировать прибыль.

Сфера маркетинга — сфера, которая необходима каждому бизнесу, если он хочет развиваться и быть конкурентоспособным на рынке. В этой сфере весьма необходимо проектное управление.

Оценка эффективности маркетинга — трудная задача. Так как не всегда предоставляется возможность выразить количественный эффект, получаемый за счет маркетинговых мероприятий.

Несмотря на достаточное внимание, уделяемое проблемам эффективности как зарубежными, так и российскими специалистами маркетинга, до настоящего времени нет четко выстроенной системы категорий, методов, показателей, позволяющих оценивать маркетинговую деятельность.

Чтобы грамотно оценить эффективность управления проектами в сфере маркетинга, необходимо определиться с показателями, по которым будет оцениваться эта эффективность. В нашей статье мы рассмотрим два основных показателя — качественный и количественный показатели.

Одним из качественных показателей успешности маркетингового проекта является достижение поставленных целей. Особое внимание стоит уделить именно качественной постановке целей. Согласно системе постановке целей «SMART», созданной ещё в 1965 году и широко используемой в проектом управлении, поставленные цели должны обладать следующими свойствами:

- конкретика в формулировке желаемого;
- измеримость в определенных единицах;
- согласованность с реальным положением вещей;
- достижимость в существующих обстоятельствах;

— ограниченность во времени.

Качественная постановка целей ведёт к более лёгкому их достижению. Количество и качество достигнутых целей — также один из показателей эффективности управления маркетинговыми проектами. Проект можно считать успешным, если были достигнуты все поставленные цели. Также стоит учитывать время, затраченное на достижение каждой цели [1].

Следующим показателем качественной оценки можно считать повышение степени эффективности работы согласно заранее установленным параметрам. Такими параметрами могут стать решение поставленных задач, выход товара на новые рынки продаж и так далее.

Количественная оценка эффективности управления маркетинговым проектом может быть осуществлена посредством сравнительного анализа изменения каких-либо характеристик:

- отклонения в бюджете, утвержденном на определенный проект;
- отклонение в выполнении работ или в расписании;
- число неразрешенных трудностей и проблем;
- избавление от недостатков, которые были обнаружены во время проверки качества проекта;
- полная укомплектованность проектной группы [2].

Вопросом количественной оценки эффективности управления в той или иной степени занимались Д. Нортона, Р. Каплана, Д. Ленсколд. В основе их подходов количественной оценки лежит оценка маркетинга с помощью определенных показателей. Для этих целей можно использовать систему сбалансированных показателей.

Система сбалансированных показателей Д. Нортона, Р. Каплана имеет много достоинств, но в то же время имеются и недостатки. Рассмотрим её подробнее.

Система сбалансированных показателей (ССП или BSC — balanced scorecard) включает в себя финансовые и не финансовые показатели, как одни из важнейших критериев оценки результатов деятельности.

Задача этой системы состоит в том, чтобы трансформировать стратегические цели компании в конкретные, вполне осязаемые задачи и показатели, сгруппированные по четырем различным направлениям, таким как финансы, маркетинг, внутренние бизнес-процессы, обучение персонала.

Для каждой определённой цели проекта вырабатываются ключевые показатели деятельности (KPI — Key Performance Indicator). KPI — это показатель достижения успеха в определённой деятельности. Считаются количественно измеримыми индикаторами достигнутых результатов [3].

С помощью подбора ключевых показателей деятельности, которые являются, по сути, измерителями достижения целей, организация получает хорошо сбаланси-

рованную картину краткосрочных и среднесрочных целей, финансовых и нефинансовых показателей маркетинговой деятельности.

Выделяются следующие виды ключевых показателей:

1. KPI результата — сколько и какой результат произвели в результате выполненного проекта.
2. KPI затрат — сколько ресурсов было затрачено во время работы над проектом.
3. KPI функционирования — показатели выполнения бизнес-процессов (позволяет оценить соответствие процесса требуемому алгоритму его выполнения).
4. KPI производительности — производные показатели, характеризующие соотношение между полученным результатом и временем, затраченным на его получение.
5. KPI эффективности (показатели эффективности) — это производные показатели, характеризующие соотношение полученного результата к затратам ресурсов [4].

При разработке показателей процесса необходимо придерживаться следующих правил:

1. Набор показателей должен содержать минимально необходимое их количество для обеспечения полноценного управления бизнес-процессом.
2. Каждый показатель должен быть измерим.
3. Стоимость измерения показателя не должна превышать управленческий эффект от использования данного показателя.

Основное назначение систем сбалансированных показателей заключается в обеспечении функций сбора, систематизации и анализа информации, необходимой для принятия стратегических управленческих решений. Систему сбалансированных показателей нельзя назвать просто учетной системой, она является составной частью системы проектного управления организации и может выступать в качестве ее основного ядра.

Количественные методы оценки эффективности маркетинга требуют сравнения затрат на маркетинговый проект с полученной валовой прибылью и затрат на рекламу с объемом продаж, они характеризуют конечные финансовые результаты.

Возвращаясь к качественным показателям успешности проекта в сфере маркетинга, можно сказать, что качественные методы предусматривают в том числе и использование маркетингового аудита, в ходе которого осуществляется всесторонний анализ внешней среды проекта, а также всех угроз и возможностей.

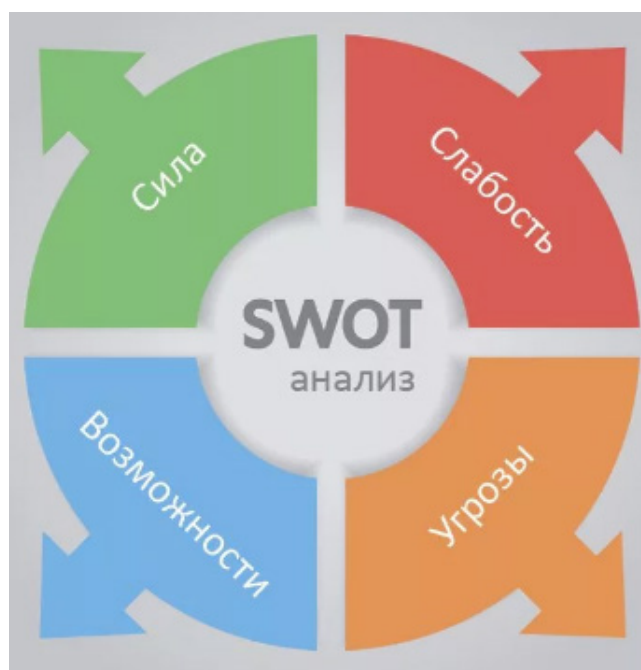
Выделяются также маркетинговый контроль, ориентированный на результаты, и маркетинг-аудит, то есть анализ качественных сторон проекта.

Социологические методы оценки эффективности маркетинговых проектов нацелены на использование инструментов прикладной социологии — разработку программы

социологического исследования и в соответствии с ней проведение самого исследования.

Балльные методы оценки эффективности позволяют определить эффективность по каждому пункту проекта с учетом соблюдения перечня критериев, соответствия структур и процессов концепции маркетинга с выставлением определенных баллов по каждому критерию.

Также ещё одним способом оценки эффективности проектного управления в маркетинговой сфере является анализ и проведение SWOT анализа. SWOT анализ — это один из самых распространенных и простых в использовании видов анализа. С его помощью можно выявить внутренние и внешние факторы, влияющие на успех проекта.



Во время проведения SWOT аналитики учитываются как внешние, так и внутренние факторы, влияющие на деятельность проекта. Поэтому результаты анализа помогут понять реальное положение дел, а не покажут лишь одну сторону медали. Очень часто невозможно оценивать факторы анализа в количественных показателях. Поэтому SWOT анализ помогает сформировать общее представление о предприятии и его положении на рынке, но не позволяет оценить и сопоставить влияние различных факторов [5].

Подводя итоги можно сказать, что оценивать эффективность управления проектами в маркетинговой сфере можно самыми различными способами. Выбор критериев зависит от особенностей работы компании. Но, несмотря на это, комплекс нескольких критериев даёт наиболее эффективную оценку, как следствие улучшая эффективность работы компании на всех уровнях.

Литература:

1. Александр Жакупов, SMART 2.0. Как ставить цели, которые работают, 2016, Издательские решения

2. Минько, Э. Оценка эффективности коммерческих проектов: Учебное пособие / Э. Минько, О. Завьялов, А. Минько. — СПб.: Питер, 2017. — 24 с.
3. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. 2-е изд., испр. и доп. Каплан Роберт Нортон Дейвид, М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2014. — 320 с.
4. Клочков А. К. КРІ и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов. — Эксмо, 2012. — 160 с.
5. Абрамова, В. И. Менеджмент и маркетинг: Учебное пособие / В. И. Абрамова. — М.: ИЦ РИОР, 2009. — 161 с.

Факторы, влияющие на эффективность продвижения товаров торговой организации

Шевкунов Кирилл Сергеевич, студент магистратуры;

Саванович Светлана Владиславовна, кандидат экономических наук, доцент

Калининградский государственный технический университет

Статья посвящена изучению факторов, оказывающих влияние на эффективность продвижения товаров торговой организации.

Ключевые слова: продвижение товаров, внешние и внутренние факторы, влияющие на эффективность продвижения товаров торговой организации.

Разработка долгосрочной программы продвижения товаров любой торговой организации невозможна без выявления, анализа и проведения оценки различных факторов, оказывающих прямое или косвенное влияние на эффективность продвижения товаров. Что в свою очередь позволяет своевременно выявлять источники процессов, сдерживающих развитие, и определять перспективные направления для повышения эффективности продвижения товаров торговой организации. Для получения достоверной картины, руководству современной торговой организации необходимо понимать и анализировать факторы внутренней и внешней среды, чтобы своевременно выделять ключевые факторы, оказывающие существенное влияние на эффективность продвижения товаров [1, 3].

Отметим при этом, что все факторы необходимо оценивать по совокупности их качественных и количественных характеристик.

Далее более детально рассмотрим классификацию внешних факторов, влияющих на эффективность продвижения товаров торговой организации. Для удобства разделим данную категорию факторов на две подкатегории: факторы макросреды (таблица 1) и факторы микросреды [6].

Отметим, что факторы макросреды отличаются по степени влияния на эффективность продвижения товаров торговой организации, однако, все они макроокружения взаимосвязаны и влияют друг на друга, поэтому анализ их влияния необходимо проводить комплексно. Но наиболее влиятельными факторами данной группы являются: уровень доходов населения и качества жизни, численность населения, уровень налогов и пошлин, новые технологии в управлении ассортиментом, а также доступность для на-

селения потребительских кредитов. Если рассматривать степень влияния на эффективность продвижения товаров торговой организации по группам факторов, то ключевыми выступают экономические, демографические и научно-технические [2, 5].

Помимо вышеперечисленных факторов на эффективность продвижения товаров торговой организации значительное влияние оказывают также и факторы микросреды (таблица 2) [4].

Степень воздействия факторов микросреды на эффективность продвижения товаров торговой организации зачастую даже выше, чем факторов макросреды, т. к. их влияние имеет более очевидный характер. Наиболее значимыми факторами из данной группы являются уровень конкуренции, закупочная цена, отношения с поставщиками, а также лояльность потребителей.

Также следует учитывать и внутренние факторы, влияющие на эффективность продвижения товаров торговой организации (таблица 3).

Среди данной группы факторов наибольшее значительными являются: ценовая политика, эффективность рекламной деятельности, сервис и качество обслуживания, ассортиментная политика, а также организационные факторы.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для эффективного продвижения товаров, посредством выбора наиболее подходящих маркетинговых и организационных инструментов и их комбинаций, руководство торговой организации должно своевременно утверждать сбалансированную стратегию продвижения, разработанную с учетом результатов анализа и грамотной оценки факторов внешней и внутренней среды организации.

Таблица 1. Классификация факторов макросреды, влияющих на эффективность продвижения товаров торговой организации

Группа факторов	Факторы
Политико-правовые	Национальная законодательная база, определяющая функционирование торговых предприятий
	Политическая ситуация в стране
	Наличие административных барьеров
Демографические	Численность населения города
	Доля трудоспособного населения
	Региональные характеристики состава и динамики населения
Экономические	Уровень дохода населения и качества жизни
	Стоимость потребительской корзины
	Уровень налогов и пошлин
	Уровень инфляции
	Соотношение экспорта и импорта товара
	Доступность потребительских кредитов
	Состояние инфраструктуры торговой сферы города (регулирующей, информационной, строительной, банковской, транспортной, социально-бытовой)
Социально-культурные	Уровень образования населения
	Устоявшиеся стереотипы поведения (традиции и привычки)
Научно-технические	Возникновение новых моделей и модернизация торгового оборудования, новых стандартов обслуживания
	Возникновение новых методов получения, хранения и обработки информации
	Уровень развития логистической системы города, возникновение новых способов доставки товара
	Новые технологии управления ассортиментом, появление новых технологий и подходов к управлению товарным ассортиментом
Природно-экологические	Специфические географические и климатические условия

Таблица 2. Факторы микросреды, влияющие на эффективность продвижения товаров торговой организации

Группа факторов	Факторы
Потребители	Лояльность потребителей
	Сезонный характер спроса на товар
Конкуренты	Уровень конкуренции
	Риск появления на рынке новых конкурентов или усиления позиции уже существующих
Поставщики	Численность поставщиков
	Условия закупок
Посредники (кредитно-финансовые учреждения, специалисты по товародвижению, маркетинговые агентства)	Доступность кредитов для розничных торговых организаций
	Стоимость разработки и производства рекламной продукции
	Доступность услуг, оказываемых перевозчиками

Таблица 3. Характеристика внутренних факторы, оказывающих влияние на эффективность продвижения товаров торговой организации

Факторы	Характеристика
Тип, размер и специализация торговой организации	Данные факторы регулируются руководством и корпоративной стратегией торговой организации и оказывают прямое и значительное влияние на эффективность продвижения товаров торговой организации
Структура управления	
Структура персонала (общеобразовательный уровень и профессионально-квалифицированный уровень)	
Организационные факторы (кадровая политика, система мотивации)	
Формат или совокупность форматов торговли	
Позиционирование имидж	
Эффективность рекламной деятельности	
Торгово-технологическая концепция торговой организации	
Состояние материально-технической базы (технологическая структура основных фондов, их состояние, степень соответствия современным требованиям и тд.)	
Сбытовая политика	
Ассортиментная политика	
Ценовая политика	
Сервис, качество обслуживания	
Наличие транспортных средств	
Торговая площадь	
Наличие и эффективность использования склада	

Литература:

1. Баженов, Ю. К. Розничная торговля в России: Монография / Ю. К. Баженов. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. — 239 с.
2. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами: учебное пособие / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. — 622 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент. Экспрес-курс / Ф. Котлер, К. Келлер. — Питер СПб, 2016. — 480 с.
4. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг: учебное пособие / А. В. Лукина. — М.: ИД «ФОРУМ», 2017. — 239 с.
5. Никишкин, В. В. Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь / В. В. Никишкин, М. Д. Твердохлебова. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — 96 с.
6. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетями: практикум / В. П. Чеглов. — М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2015. — 224 с.

Молодой ученый
Международный научный журнал
№ 3 (293) / 2020

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.
За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77–38059 от 11 ноября 2009 г.,
выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
ISSN-L 2072-0297
ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»
Номер подписан в печать 29.01.2020. Дата выхода в свет: 05.02.2020.
Формат 60 × 90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.
Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.
E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>
Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.